

Compte-rendu de la commission

antennes et programmes du 1^{er} avril 2026

Pour la direction : Delphine Vialanet (directrice de proximité des antennes et du numérique, Réseau France 3), Xavier Riboulet (pôle rapprochement des services publics et des opérations spéciales), Stéphanie Lafuente (rédactrice en chef, France 3 Grand Est en mission à la direction de l'information régionale), Michaël Friederich (exploitation des moyens et de la performance opérationnelle du réseau), Séverine Thirel (adjointe à la directrice des ressources humaines Réseau France 3)

Pour les élus : Cécile Poure, Clément Alet, Séverine Beaurain, Eléonore Duplay, Régis Engrand (visio), Céline Lang (absente), Sébastien Lemaire, Florence Malésieux, Denis Milan (visio), Juliette Roché, Marc Taubert.

NUMERIQUE

Production d'articles à destination du site ICI (futur ex francebleu.fr)

- Delphine Vialanet rappelle que **la production de ces articles** est répartie en fonction du potentiel de chaque antenne, mais on reste bien à 10 papiers par jour à l'échelle du réseau.

Si les élus estiment que la moyenne s'établit à huit articles en moyenne par antenne et par semaine, la direction estime que c'est très variable. De 5 à 10, selon les capacités de l'antenne à les produire, des moyens, des ETP disponibles.

Pour information : 10 articles du lundi au vendredi, 5 articles les weekends et 6 articles/jour pendant les semaines de vacances.

- Concernant **les audiences de ces articles**, Delphine Vialanet indique que nous avons des droits restreints sur les outils d'audience du site Ici pour France 3. Elle nous explique qu'il y a de « belles surprises ».
Ex : article autour du far breton, qui atteint le million de vues.

Au-delà de ce cas exceptionnel, les élus font remarquer que les audiences de ces articles sont relativement faibles de façon globale. Delphine Vialanet reconnaît que ce n'est pas « *fou, fou* ». Depuis le 1^{er} septembre 2025, les papiers Ici n'ont cumulé que 7,7 millions de visites pour 260 articles publiés.

Effectivement, ce n'est pas fou.

Leur site, lui, est performant grâce à la masse d'articles produits. Ainsi, nos articles avec les vidéos intégrées ne seraient pas noyés dans leurs audiences, mais auraient le même niveau de visibilité. Nous demandons la possibilité de recevoir les audiences des articles sur Ici, chaque mois. **Delphine Vialanet encourage à passer par les RP pour avoir les audiences de nos articles ICI.**

- Les membres posent la question légitime de **l'intérêt d'une telle pratique** :
 - chronophage pour les contributeurs web, ne nous leurrerons pas les papiers Ici sont "en plus" et pas "à la place de"
 - sans aucun intérêt journalistique, ni sur le fond ni sur la forme
 - Une audience minime qui fait des vues, tout de même, sur un site qui est encore, pour l'heure, notre concurrent en région. *"C'est une demande de rapprochement de la tutelle"*.

Dans certaines régions, comme en Bretagne, la contribution du RCA et du coordinateur numérique est régulière chaque semaine, mais elle demande un investissement qui n'est pas forcément reconnu, les bénéfices (visibilité) allant plus à la radio.

Cela alors que le service du numérique, toujours plus sollicité, manque de bras.

➤ **223 comptes ATLAS sont actifs.**

Chaque rédaction est libre d'ouvrir le nombre de comptes ATLAS qu'elle souhaite. Il y aurait plus de contributeurs que de comptes, car certains comptes ATLAS de RCA numérique sont encore partagés par des journalistes qui n'ont pas eu de session ouverte à leur nom. Radio France peut pourtant ouvrir autant de comptes que France TV demande, nous assure Delphine Vialanet : *"Nous ne sommes pas limités."*

Parmi les contributeurs, on retrouve des RCA numériques, des coordinateurs numériques, des CEN, des rédacteurs /contributeurs web.

La majorité des articles émane des locales et la direction nous précise que certains rédacteurs implantés en locale rédigent eux-mêmes ces articles, à leur demande suite à un tournage réalisé... Mais, sans avoir de temps dédié.

Les élus font remarquer que cette pratique ne peut être systématisée au vu de la charge de travail qui incombe aujourd'hui aux journalistes de locales.

Delphine Vialanet affirme qu'il y a des jours où c'est possible, d'autres non, et qu'il faudrait dédier du temps.

Faudrait ...

- La direction explique que **"les formations Atlas [le back-office de France Bleu] ont été suivies par tout le monde"**.

Les membres de la commission en doutent : deux contributeurs web parmi eux se servent d'Atlas sans avoir été formés. "Un coupe fil", nous répond Mme Vialanet.

La direction nous explique alors que, dans un premier temps, la direction a mis en place une formation ATLAS en visio pour les salariés identifiés par les CN (coordinateurs numériques) et les RCA numériques. Puis un tutoriel PDF a été mis à disposition avec "prise en main" du logiciel pour les contributeurs suivants.

Les élus rapportent que des formations en visioconférence n'ont eu lieu que pour des "happy few" et que la fiche tuto a été transmise, mais ne suffisait pas à elle seule. Certains salariés ont dû apprendre « sur le tas ». **Sans compter que la présentation dans les rédactions de ce « travail » à accomplir n'a pas toujours été faite de façon positive.**

➤ **Le temps de fabrication de ces articles est variable**, selon la direction.

« Tout dépend du complément qu'on veut y apporter » au-delà de la simple retranscription du reportage pur. Delphine Vialanet précise qu'un travail de présentation et de mise à plat du process a bien été fait pour chaque région et qu'ensuite, les rédactions étaient libres de s'organiser.

« Si les gens n'adhèrent pas trop à ça, là pour le coup, cela ne relève pas de cette commission, ni de moi. Mais, il y a aussi des gens qui y mettent du temps et de l'envie. »

Les élus soulèvent le manque de visibilité sur le calendrier de publication des articles ATLAS.

La direction reconnaît un défaut de communication. L'intégralité de ce qui est publié est transmise aux CEN et RCA numériques : « C'est à eux de faire redescendre l'information ensuite. Nous allons faire repasser la consigne ».

Delphine Vialanet rappelle que "l'objectif est bien d'avoir une offre commune à l'horizon du dernier trimestre 2026." Il ne faut pas rester sous le prisme que cela ne rapporte rien.

BASCULE du site ICI (ex France bleu)

C'est officiel, le site Ici pour l'heure Francebleu.fr est devenu Ici.fr le 15 avril dernier. Notre propre bascule sur cette URL se rapproche donc à grands pas même si, et c'est assez consternant, cet immense chantier qui bouleversera pour sûr nos organisations du travail, nos outils et notre référencement, n'avance, lui, pour ainsi dire pas.

La direction explique que cette bascule de notre offre sur Ici.fr serait pour le dernier trimestre 2026. Ça fait peur.

➤ Pour le site commun, **le choix s'est porté sur ATLAS**. Le back-office de France Bleu donc.

Les services techniques de Radio France et de France Télévisions travaillent sur l'évolution d'ATLAS pour qu'il ressemble à PIC avec nos spécificités. Notamment pour intégrer les vidéos dans nos articles, ce qui est impossible pour l'heure.

- La question de **la gouvernance éditoriale** se pose.

Il faudra un maillage à plusieurs entrées, notamment du très local jusqu'au central, avec une granularité entre Radio France et France.tv.

Le tout pour éviter les doublons.

On voit ce que ça donne sur l'application Ici où les articles de France 3 et France Bleu s'empilent comme des briques, quitte à avoir des doublons, avec, parfois même, des informations contradictoires.

Xavier Riboulet reconnaît qu'il n'y a tout simplement pas de coordination éditoriale sur l'application. « *Aujourd'hui, deux fils se rencontrent sur l'appli. La coordination est non efficiente.* » Depuis 5 ans, une coordination numérique en central existe chez nous, mais cela ne fonctionne pas pour l'application commune. **Xavier Riboulet assure qu'une équipe de gouvernance commune entre Radio France et FTV existera pour chapeauter l'application ICI et le site ici.fr.** On espère qu'elle sera davantage « efficiente ».

- **À ce propos, les élus interrogent de nouveau la direction sur cette idée un temps avancée de laisser France Bleu s'occuper de l'actu chaude et France 3, de l'actu froide.**

« *On va essayer de se compléter mais non, Radio France ne fera pas le chaud et FTV ne fera pas le froid* », explique Xavier Riboulet.

Pour l'heure, ce travail de pilotage éditorial "reste à mener". Une piste tout de même : une organisation du travail et des articles, établie sur les heures de prime : pour Radio France c'est de 6 h à 9 h et pour nous de 18 h à 20 h. "Par exemple, Radio France fait des résumés de match dès le soir même, le nôtre arrive le lendemain à 12 h. On convient que le nôtre est déjà obsolète."

- **Les élus questionnent la direction sur la gestion d'une actu nationale, d'un très gros fait divers en local.** Qui aura la charge de traiter quoi ? Xavier Riboulet explique qu'il est « *personnellement opposé aux articles de visibilité nationale ou internationale sur ICI* »
- **De même, est-ce que le site France Info doit avoir une visibilité de proximité, alors que cette dernière sera traitée sur ICI ?** Probablement pas pour Xavier Riboulet.

Les élus demandent à la direction comment la passerelle entre les deux sites s'effectuera ? Delphine Vialanet souhaite que les deux offres distinctes ne se marchent pas sur les pieds et soient complémentaires. « *C'est une négociation et ça n'avance pas aussi vite qu'on le voudrait* ».

- Les élus posent la question du **maillage territorial.**

Les sites Ici et les sites France 3 couvrent différents territoires.

Les sites internet France 3 sont découpés par régions, tandis que les sites Ici, eux, sont découpés plutôt par départements, villes ou régions.

La direction répond que le sujet doit être discuté et que ce n'est pas tranché. La même question va se poser concernant les comptes des réseaux sociaux. De même, ICI n'a qu'un seul compte sur TikTok et YouTube, par exemple. Delphine Vialanet précise qu'on n'a pas la même « granularité ».

Il va donc y avoir des comptes en doublon. Qui sera choisi et comment ? Delphine Vialanet répond : « J'ai tendance à dire que c'est le plus petit qui va périlcliter au profit du plus gros (en termes d'audience). Mais, on ne va pas perdre tous nos comptes ». France Télévisions dans l'ensemble, ayant plus d'abonnés sur les comptes Instagram et Facebook que Radio France.

Les élus demandent s'il y aura aussi une coordination pour les réseaux sociaux, et si une nouvelle strate d'encadrement est encore à prévoir ?

La direction répond qu'il y a des choses à revoir pour être plus efficace avec les CN, les RC, les RCA numériques et Radio France, mais que non, il n'y aura pas de strate de chefs en plus.

- Les élus font remarquer que **les relations avec Radio France restent compliquées, voire tendues.**

Voir plus haut, le pilotage éditorial sur l'application Ici, de l'aveu même de la direction, n'a jamais fonctionné. Ce qui laisse tout de même présager du pire. Et, effectivement ...

Concernant le comité de pilotage existant pour avancer sur tous ces dossiers, la direction reconnaît qu'il est **assez restreint**, mais que l'on peut en discuter avec Radio France : « Mieux vaut ne pas être trop nombreux et multiplier les interlocuteurs. On centralise ce qu'on peut porter d'abord », précise Delphine Vialanet.

Les points de blocage actuels sont les suivants : « les réseaux sociaux, le final cut sur l'éditorial, **la hiérarchisation des articles** et les archives ».

Ça fait quand même pas mal...

Précision pour les archives : elles resteront sur Franceinfo et pourront être mises en lien dans Atlas.

Les élus ont également interpellé la direction sur la question des moyens à terme pour contribuer sur le site ICI. **La direction affirme que les moyens, côté contributeurs réseau, ne diminueraient pas.**

Xavier Riboulet reconnaît lui aussi les difficultés, mais « la tutelle nous oblige à avancer car de toutes façons, c'est une volonté des présidentes de Radio France et France TV. Il continuera à y avoir des tensions, mais il va falloir s'entendre, nous n'avons pas le choix, il faut être optimiste. La proposition Ici est mieux-disante en termes d'audience »

Les élus sont davantage dominés par l'inquiétude que par l'optimisme, notamment au vu du calendrier serré, du peu d'avancée depuis deux ans du projet, et de la baisse de nos audiences.

- « Aujourd'hui, Radio France est à 80 millions de visites le mois dernier, FTV à 67 millions, alors qu'on faisait 100 millions », précise Xavier Riboulet.

Selon la direction, cette baisse s'explique par l'instabilité due au changement de l'URL de France Télévisions(franceinfo.fr).

Sur ces baisses de fréquentation de nos sites internet, les élus avancent, eux, dans ce compte rendu l'hypothèse d'un lien avec l'optimisation des moteurs de recherche qui fonctionnent de plus en plus avec l'IA générative.

60% des internautes posent leur question et obtiennent leur réponse sans cliquer sur des liens. Or, nos sites fonctionnent toujours avec les recommandations de type SEO.

V. point suivant (Google Overview)

Selon la direction, lorsque nous basculerons sur ici.fr, il faudra s'attendre à une perte de 40 à 60 % d'audience pour France Info, qui basculera à la 4^eème, voire la 5^e place (actuellement 2^e ou 3^e site d'infos).

Un coup dur dont le site ne se remettra peut-être pas.

"On a longtemps été les premiers et il faut tout mettre en œuvre pour que France Info ne perde pas. Nous sommes dans la réflexion pour voir comment faire pour que la baisse soit la moins intense que prévue."

À terme, la direction prévoit 500 URL publiées par jour sur Ici.fr.

Les élus ont une nouvelle fois rappelé que cette marque ICI est une dilution, voire une disparition de l'identité France 3.

La direction répond que pour autant les audiences sont là. Quant au fait de toujours prononcer « France 3 » à l'antenne : « *Si quelqu'un le dit, il ne va pas aller au baignoire* », précise Xavier Riboulet.

Signature des vidéos publiées

La direction a demandé que toute vidéo publiée soit signée.

Deux types de signatures existent : le carton de fin de la vidéo ou dans le post qui l'accompagne (parfois pour rattraper un oubli dans le carton de la vidéo). C'est au niveau des rédactions, des CN ou des RCA que cela se décide. « *On s'impose en termes de déontologie d'assumer la paternité d'une vidéo* ».

Cependant, « *il y a des personnes qui ne se sentent pas très concernées par cette question.* »

Préconisation : synthé ou carton de fin. Si ce n'est pas fait, il faut rattraper en indiquant les auteurs dans le post.

La direction se dit vigilante en revanche sur la signature lorsqu'il y a des incarnés sur des sujets sensibles ou polémiques afin de protéger les salariés d'actions possibles de cyberharcèlement.

Réflexion sur l'arrivée de Google Overview et de l'impact du référencement de nos articles web

Les élus ont interpellé la direction sur l'arrivée de **Google Overview**.

Pour info, les AI Overviews représentent une nouvelle méthode d'affichage des résultats de recherche. Plutôt que d'afficher des liens pointant vers les sites internet, Google met en avant les réponses générées par l'intelligence artificielle.

Ces derniers apparaissent en haut de la page, avant les liens organiques ou payants.

Mise en place aux États-Unis depuis un an, pour certaines requêtes informatives avec des résultats IA, le trafic des sites internet chute de 18 % à 40 %.

La France bloque pour l'instant son arrivée en s'appuyant sur les RGPD mais jusqu'à quand ?

Un point avait été fait à l'automne auprès de nombreux contributeurs.

La direction explique que le référencement aura toujours un sens, mais qu'il aura moins de poids.

L'équipe SEO travaille spécifiquement sur ce dossier.

Overview affectera les recherches (Search), qui représentent uniquement 5 à 10 % du trafic, mais pas le Discover.

Il serait donc prématuré de changer immédiatement notre politique SEO. Les articles de décryptage, d'enquête et les reportages seraient peu touchés par OverView.

Les élus ajoutent ici que, selon certains experts du numérique, une évolution de notre politique en ajoutant par exemple des listes à puce en fin d'article qui résument le contenu permettrait d'être référencés par les moteurs IA (politique GEO plutôt que SEO).

Élections municipales sur le WEB

Selon la direction, les audiences ont été bonnes avec, en cumulé, 13,7 millions de visiteurs sur nos sites.

- Au premier tour, les sites régionaux ont réalisé un score de 7,7 millions de visiteurs.
- Près de 6 millions de visites au second tour sur les pages régionales, alors que 90 % des communes avaient déjà élu leur maire.

« On commence à avoir de bons référentiels pour gérer les soirées et campagnes électorales sur le numérique », précise Delphine Vialanet.

Au passage, on apprend, parmi les diverses statistiques du numérique, que le temps de lecture le mois dernier est de 4,09 minutes par visiteur sur le site. Avec en moyenne, deux papiers lus par visite.

Les membres de la commission font remarquer qu'ils ont rarement le temps de lecture des articles en instance de proximité. Mais plutôt le nombre de « clics ». Une course à l'échalote qui ne prend pas réellement en compte l'engagement de nos lecteurs, dont certains, beaucoup, cliquent sur un titre tapageur et non géolocalisé, avant de s'apercevoir de leur erreur.

Le temps de lecture nous semble donc beaucoup plus pertinent en termes d'audience, surtout sur le service public. La qualité et non la quantité.

LINEAIRE

Elections municipales

- **Pour la soirée électorale du premier tour des municipales, France 3 était leader avec 15 % de PdA face à TF1 et France 2.**

Le QR Code mis à l'antenne a permis efficacement de renvoyer vers les papiers du site. Quand le QR code s'affichait, la fréquentation de nos sites augmentait. *« Les gens cherchaient les résultats. »*

- Pour le second tour, l'audience s'est maintenue à 9,8 % de PdA.

« Le choix d'être à l'antenne avec France Info pour les pages nationales des soirées électorales a été fait parce qu'il était impossible d'être à Vaise, en particulier pour les invités en plateau », précise Stéphanie Lafuente. *« Le but c'est aussi de commencer à travailler avec France Info avec leur studio en support. »*

- **Les élus ont fait remonter des problèmes de décrochages et de raccrochages avec des régions lors des soirées électorales.**

Pourtant la direction affirme avoir travaillé en amont avec un chronogramme très précis, et des plans larges pour raccrocher proprement. Le plan large de 10 secondes pour raccrocher n'a pas été bien compris par tous.

La Direction va débriefer avec les équipes techniques sur le sujet. Le choix d'horaires fixes pour tous était aussi une garantie pour éviter les décrochages ou raccrochages peu propres...

- **Les élus ont interpellé la direction sur la situation qui concerne PIDF, dont la soirée n'a pas été diffusée en raison du mouvement de grève qui les mobilise depuis plusieurs semaines.**

« Je ne suis pas rédactrice en chef à PIDF, je n'ai pas à dire quoi que ce soit, ce n'est pas mon périmètre. » La direction semble toutefois déplorer ce qui se passe et « regrette » la situation pour les équipes.

Le bilan sur l'ensemble du réseau satisfait la direction, y compris en termes d'audience. « *L'offre a séduit.* » (À noter que la journée du premier tour des municipales est une des meilleures audiences de la chaîne Franceinfo.)

- **Concernant les micros** : selon les antennes, il y avait des bonnettes ICI ou FTV.

De quoi s'embrouiller...

Pour le quart d'heure national, il y avait simultanément des équipes FTV et des équipes du national.

Michaël Friederich indique que les bonnettes et les flags ICI ont été envoyés tardivement, et il n'y en avait pas forcément assez pour tous les micros. **Nous faisons remarquer que désormais, nous avons peu ou prou les mêmes bonnettes que nos collègues de la radio, ce qui peut être déstabilisant pour nos interlocuteurs qui ne comprennent déjà pas comment nous nous appelons...**

Notre "dilution d'identité" se poursuit.

- **Débat avec les médias privés ou Public Sénat :**

Les élus ont soulevé que dans certaines villes, Public Sénat avait fait des débats, sans la participation de France 3.

Stéphanie Lafuente précise que certaines antennes du réseau ont organisé des débats avec Public Sénat : Lille et Montpellier par exemple, et dans d'autres, effectivement, cela n'a pas été possible.

Ce fut le cas à Bordeaux ou en Bretagne, à Rennes (débat organisé par Ouest-France, en partenariat avec Public Sénat et TVR) et à Brest (débat sur Tébéo mis en ligne sur Francetv.fr).

Même si les dates des débats ont bien été posées, Public Sénat n'a pas suivi. « *C'était leur choix.* »

Leurs débats sont malgré tout sur la plateforme France.TV en streaming, comme l'ont souligné les élus. Delphine Vialanet nous précise que, via un partenariat signé entre FTV et Public Sénat, **nous avons l'obligation de diffuser leurs contenus comme ceux de LCP.** « *On n'a pas le droit d'occulter une partie de leur offre, mais comme je l'ai dit en CSE, il nous appartient aussi de pas trop la mettre en avant.* »

Les élus soulèvent également la question des débats que France Bleu a préféré faire avec la PQR plutôt qu'avec France 3.

Xavier Riboulet nous explique que le réseau avait donné sa position en décembre à France Bleu qui est partie parfois seule parfois avec la PQR. Xavier Riboulet a fait remonter tous ces « dysfonctionnements » à Laurent Guimier.

SOUS-TITRAGE Pidf

L'antenne de PIDF bénéficie du sous-titrage des JT pour les sourds et malentendants. Cela ne concerne pas le travail des scriptes ou tout autre salarié.

Ce sous-titrage semi-automatique, généré en direct, a été mis en place par FTV Accès, qui est une filiale de FTV Studio.

En plus de l'usage de l'IA, une personne en direct vérifie les textes avant leur diffusion.

Ce déploiement expérimental est, pour le moment, uniquement effectif sur PIDF, car l'antenne est diffusée via le CDE (centre de diffusion et d'envoi) et donc compatible avec le système de diffusion des sous-titres de notre prestataire FTV Acces.

Les 23 autres antennes du réseau pourront être concernées lorsque le renouvellement de tous les points de diffusion aura été fait d'ici 4 à 6 ans.

En termes de coût, la direction précise qu'on est à 16 euros la minute. Ce sous-titrage était un engagement de la Présidente auprès des associations concernées, précise Michael Friederich.

France Info bénéficie du même système, moins cher car 100% IA.

Restrictions budgétaires et JT mutualisés

La direction précise qu'il n'y a pas de JT mutualisés dans toutes les régions et que c'est en général sur des périodes restreintes : week-end de ponts, week-end de vacances scolaires.

Les élus s'étonnent de l'énorme disparité entre régions sur ces JT mutualisés. Certains n'en font pas, d'autres en cumulent près de 80. « Chaque direction régionale est maître de ça. On est entre 60 et 75 en moyenne sur l'année », selon Stéphanie Lafuente.

Les élus corrigent en précisant que Lyon et la région AURA font exception avec 80 JT mutualisés. Selon la direction, c'est même 84 en PACA.

« Encore une fois, ce sont les DR qui décident en fonction de leur budget, en concertation avec les chefs de centres, les RC. La direction de l'info n'a rien à dire. On est juste informés et cela relève des prérogatives et des compétences des DR ».

Les élus dénoncent une nouvelle fois les conséquences éditoriales de ces JT mutualisés. La direction reconnaît qu'il y a moins de proximité pendant ce temps-là, mais que « les JT en grande région sont tenus et qu'en termes d'intensité d'actu et de richesse éditoriale, ça vaut le coup », précise Stéphanie Lafuente.

Les élus s'interrogent sur le lien entre ces JT mutualisés et le nombre de PAE.

Ainsi dans le Grand-Est, aucune mutualisation n'est prévue pour l'instant, mais à y regarder de plus près : les PAE y sont aussi extrêmement rares, plus rares qu'ailleurs.

La direction répond qu'aucune consigne n'existe et qu'il n'y a pas de lien entre moins de PAE dans une région et pas de JT communs. La direction rappelle qu'une PAE doit répondre à plusieurs éléments : l'événement régional fera-t-il autant d'audience que ce que fait l'antenne nationale à ce moment-là ? Quel intérêt y a-t-il à décrocher à l'heure proposée ? **Quel programme y-a-t-il en face sur les autres chaînes du groupe FTV ?**

« C'est de la dentelle, les PAE », précise Delphine Vialanet tout en invitant à privilégier les PAE numériques.

Les élus insistent sur le fait que bien souvent, ces PAE sont reléguées en fin d'année, de façon pas forcément attrayante, parce que les DR ne veulent pas prendre de risque budgétaire dans les six premiers mois. Selon les élus, ces PAE-là ne relèvent plus d'un choix éditorial.

La direction répond que si certains DR gèrent “en bon père de famille, ce n’est pas le cas partout” et qu’encore une fois, il ne faut pas éluder la question de la prise d’antenne sur le numérique.

Dimanche en Politique et Enquêtes de Région

- Concernant « Dimanche en Politique », la direction affirme que des travaux sont en cours pour **repenser la formule**.

« On a bien vu la difficulté de monter des débats pour les municipales, mais on ne s’interdit rien. On réfléchit, **la durée et la case de diffusion pourraient aussi changer**. C’est un chantier que l’on va mener plutôt pour janvier 2027. L’idée est d’être prêts pour les législatives (qui arriveront très vite après la présidentielle) qui sont moins notre temps fort en région “ explique Stéphanie Lafuente.

Les élus rappellent que cette émission est souvent lourde à porter dans les conditions actuelles pour certains présentateurs. La direction dit en avoir conscience. Les DEP pourraient parfois être mutualisés en grande région quand une thématique s’y prête. **La direction rappelle aussi qu’il y a cette réflexion car les “audiences ne sont pas folles”.**

- Concernant « Enquêtes de Région », la direction réfléchit à « *quelque chose qui donne du temps aux gens* ».

Des ateliers vont être menés, avec réflexion de fond sur la suite de cette émission.

Soit de l’enquête sans proximité.

Soit de la proximité sans enquête.

- Première piste : l’enquête mutualisée. « *Ce serait un par mois, mais réalisé par une région pour tout le réseau avec la **contribution d’autres régions** », précise Stéphanie Lafuente, **Exit donc la proximité avec cette option.***
- L’autre piste serait plutôt un magazine sociétal, économique, mais pas de patrimoine. En gardant la production actuelle pour chaque région, une émission mensuelle. **Là, c’est l’enquête qui en prend un coup. D’ailleurs, l’émission devra se trouver un nouveau nom plus approprié.**

Le problème des EDR, ce n’est pas tant leur forme ni leur fond, mais plutôt leur horaire de diffusion. Trop tardif. Delphine Vialanet affirme qu’il n’y a pas trop de marge de manœuvre, « *mais ces émissions doivent être hyper séquencées pour pouvoir être exposées sur le numérique* ».

Matinales filmées

Concernant les matinales de France Bleu et leur présence à l’antenne en septembre, la direction ne sait toujours pas à quoi cela va ressembler.

Radio France a été enjointe en septembre 2025 de revoir à la baisse la facture des matinales (- 2 millions d’euros). Cette diminution entraîne l’arrêt de l’illustration en image des 44 matinales

Radio France.

Ainsi, que le non-renouvellement des contrats d'éditeurs visuels fin juin.

Xavier Riboulet précise que des réunions sont en cours avec Radio France pour avancer et décider de ce qui sera gardé ou pas. Les images de drone, les cartes routière et météo seraient maintenues, ainsi que les bandes-annonces pour couvrir la pub ou la musique.

L'envie est même d'aller jusqu'à diffuser 42 semaines au lieu de 36 et 3 h au lieu de 2 h 30.

"Moins qualitatives, car moins illustrées."

Qu'importe tant que le rapprochement continue... Rapprochement qui, soit dit en passant, n'est plus un vœu de notre ministre de tutelle (partie à la conquête de Paris) mais désormais, uniquement, celui de notre présidente.

À n'importe quel prix, celui de la qualité inclus.

La direction estime qu'en juin le projet sera assez avancé pour en débattre de nouveau.

Programmes, les productions en régions.

Ce dernier point n'a pas pu être traité correctement faute de temps. Nous le remettrons en priorité à l'ordre du jour de la prochaine commission.

D'autant qu'il y aura visiblement du changement en 2027, la direction travaillant sur une *"meilleure organisation des productions des régions."*

Il y a "des magazines forts sur le réseau qui trouvent leur public", et d'autres qui "peuvent faire doublon, coûter cher, en production exécutive"...

Objectif : optimiser nos marques et favoriser la politique de l'événement en région en proximité.

Ceci reste pour nous encore bien flou, à creuser donc.

Pour la grille de septembre, la direction s'oriente plutôt sur un reformatage de la grille de janvier.

Pour information.

La commission regrette que la direction ne lui ait pas fourni deux informations diffusées le lendemain de la réunion et sur lesquelles ses membres auraient pu poser des questions et réagir.

- Le transfert à Michel Dumoret de la direction de l'information régionale numérique
- Les consignes SEO sur les signatures

