

Stratégie numérique : à plein (You)Tube

LIMINAIRE DU CSE CENTRAL DU 4 MAI 2026

Nous étions déjà tributaires du référencement Google, d'Insta, de Facebook et de Tik Tok désormais nous dépendrons aussi de YouTube. On n'arrête pas le progrès numérique.

France Télévisions vient de conclure un accord avec YouTube pour y déverser des milliers d'heures de programmes chaque année. Une première manifestation du « streaming first » voulu par la Présidente.

Présenté comme un « progrès », cet accord est surtout un renoncement stratégique.

Car les grandes plateformes numériques sont des géants insatiables, qui captent la valeur, fragilisent les médias traditionnels et imposent leurs règles techniques, économiques et algorithmiques. Elles échappent aux obligations qui pèsent sur les acteurs régulés, comme nous, et dictent leur loi sans aucun contre-pouvoir.

Aujourd'hui, avec ce partenariat nous confions une part croissante de l'exposition des contenus du service public à un environnement privé, commercial et international, loin d'être neutre.

Nous devenons un simple fournisseur de contenus, parmi d'autres, pour YouTube et ses algorithmes opaques, **avec un risque réel pour notre souveraineté éditoriale, économique, sociale et culturelle.**

Qui maîtrise vraiment la diffusion ? Qui décide de la mise en avant des contenus ? Qui capte la valeur ? Quelles garanties avons-nous pour les données, les contenus, les droits, les recettes publicitaires et la protection de notre modèle public ?

Les promesses de transparence et de contrôle semblent bien fragiles face à la puissance écrasante des algorithmes de YouTube.

Les salariés de France Télévisions, sont en première ligne. Quand un média transfère une partie de sa visibilité vers une plateforme privée, quand il cherche à réduire ses charges, quand il multiplie les projets de transformation, cela a des conséquences, et pas virtuelles.

Réduction **des effectifs, intensification du travail, polyvalence subie, perte de repères professionnels, incertitude sur les métiers, dégradation des collectifs, surcharge managériale et risques psychosociaux.**

« Streaming first », « optimisation », « modernisation », « agilité » ou « partenariat stratégique » : autant de mots creux qui occultent l'épuisement des salariés, confrontés en permanence aux réorganisations et aux changements de cap perpétuels.

Dans ce contexte, **il est impératif que vous nous informiez des objectifs réels, des modalités concrètes et des engagements contractuels de l'accord conclu avec YouTube.**

Vous devez mesurer les impacts éditoriaux, économiques, publicitaires, juridiques et sociaux de ce partenariat, et nous donner des garanties solides quant à la maîtrise des contenus, des données, des droits et de l'indépendance éditoriale.

Vous devez évaluer les conséquences sur les métiers, les emplois, l'organisation du travail et les conditions de travail de cette stratégie du « streaming first ».

Le sujet n'est pas seulement de savoir où France Télévisions diffuse ses contenus. **Le vrai sujet, est de savoir quel service public nous construisons.**