

RÉUNION D'INSTANCE DES REPRÉSENTANTS DE PROXIMITÉ

DE FRANCE 3 CÔTE D'AZUR - Mercredi 23 septembre 2026

Étaient présents :

La direction : Samuel Peltier, directeur régional, Maryline Camacho, responsable des ressources humaine, Séverine Archard, chargée des ressources humaines et Anne De Geoffroy, secrétaire de direction.

En visio : Jérôme Comin, coordinateur numérique et Anne-Sophie Maxime, directrice des antennes et des contenus

Les représentants de proximité : Coralie Chaillan, Laurence Collet, Denise Delahaye et Yannick Fournigault

≥ UN NOUVEAU RÉDACTEUR EN CHEF ... ET BIENTÔT DE NOUVEAUX COLLABORATEURS

À la suite du départ de Gilles Lefèvre de l'entreprise, la direction indique avoir proposé à **Gérald Teissier** de prendre les fonctions de rédacteur en chef de France 3 Côte d'Azur. Celui-ci a accepté cette proposition, sa nomination sera effective au 1er octobre.

La direction considère cette nomination comme **une nouvelle étape**, la priorité étant désormais de reconstituer rapidement une équipe complète. Suite à sa nomination, un **poste de rédacteur en chef adjoint** sera très prochainement publié.

Les RP ont posé la question des critères appliqués pour ces recrutements, notamment sur la question de l'équilibre entre **mobilité interne et recrutement externe**. La direction précise qu'elle ne se fixe pas de répartition prédéterminée entre ces deux possibilités et indique que le choix repose avant tout sur **les compétences et l'adéquation du candidat au poste**.

La direction a également décidé d'ouvrir un poste de rédacteur web à Antibes, et rappelle que la fonction de **rédacteur web** existe désormais dans l'organisation.

« **Le poste web à Antibes est urgent à pourvoir.** »

Le directeur régional

A la rédaction de Marseille, deux postes sont actuellement prévus : l'un au sein du web et l'autre à la rédaction. Le recrutement concernant Toulon est en voie d'achèvement.

Les demandes de validation à la direction du réseau, correspondant à ses postes, a été lancée, avec un objectif de publication au cours de la semaine à venir. Le directeur régional précise que « *les différents voyants de validation sont actuellement au vert.* »

Le second poste de CEN d'Antibes va être mis en consultation. Plusieurs décisions sont attendues dans les prochains jours ou prochaines semaines.

Les RP rappellent que depuis le début de l'année, chaque semaine, en moyenne 22 journée sont effectués par des CDD, soit l'équivalent de 4 postes

≥ LES VIDÉOS VERTICALES : ÇA CARTONNE

L'accord ayant été prolongé, l'expérimentation vidéo verticale est désormais étendue à l'ensemble du réseau. Un point sera fait chaque trimestre lors de la réunion d'instance des RP. La période estivale (juillet et août) a constitué **une première véritable phase de test** de cette organisation, le dispositif RCA Réseaux Sociaux ayant été mis en place à partir du mois de juin.

1. Bilan de l'été : une progression importante des audiences

Les résultats enregistrés pendant l'été sont jugés très positifs. Entre le 1er juillet et le 31 août, les contenus vidéo publiés sur l'ensemble des comptes Instagram, Facebook, YouTube et TikTok ont généré :

- 103,4 millions de vues
- 9 millions d'engagement environ (likes, commentaires et partages)
- 92 568 nouveaux abonnés

Au-delà du nombre de vues, l'acquisition de nouveaux abonnés constitue un indicateur particulièrement important. Cela montre la capacité à toucher et à fidéliser de nouveaux publics sur des plateformes où France 3 était historiquement moins identifié.

La direction rappelle que plus de la moitié des personnes s'informent exclusivement via les réseaux sociaux, avec une proportion encore plus importante chez les jeunes (plus de 70%).

« Les réseaux sociaux doivent devenir une antenne, avec ses propres rythmes, formats, horaires de publication et ses exigences de réactivité. »

Le coordinateur numérique PACA

2. Une organisation qui semble produire des effets positifs

La direction rappelle que la mise en place des RCA RS ont permis notamment de :

- Réduire la pression pesant sur les RCA Numérique,
- Disposer d'un interlocuteur permanent pour les journalistes planifiés de VV
- Améliorer le suivi et les échanges autour des contenus,
- Animer plus efficacement les réseaux sociaux.

Selon le coordinateur numérique, la pratique régulière de la vidéo verticale a permis **une montée en compétence progressive des équipes** et l'amélioration de la qualité et de la construction des contenus. Les vidéos produites en fin d'été apparaissent plus construites et mieux maîtrisées qu'au début de l'expérimentation.

3. Les vidéos verticales cartonnent

Les vidéos verticales apparaissent régulièrement dans les meilleures performances des différentes plateformes. Voici le top 3 de cet été :

- Explosion à Monaco : **3,4 millions** de vues sur Instagram,
- Rooftop illégal à Marseille : **2,2 millions** de vues,
- Célébrités au Mondial de la pétanque : **1,6 million** de vues.

De manière générale, les vidéos verticales apparaissent régulièrement dans les « top 10 », et parfois à plusieurs reprises. Le constat, également fait à l'issue de l'été, est qu'il n'existe pas un format unique mais bien différents formats à destination des différentes plateformes : le choix du sujet, du format et de l'éditorialisation doit être adapté à chaque plateforme.

4. Forte progression sur Youtube

Alors que certains contenus dépassaient auparavant difficilement les 1 000 vues, ils atteignent désormais régulièrement 10 000 à 15 000 vues, voire davantage. Le coordinateur numérique avance plusieurs facteurs pour expliquer cette progression :

- Augmentation de la communauté, désormais supérieure à **317 000 abonnés** sur YouTube
- Partenariat avec YouTube et son éventuel effet sur la visibilité des contenus
- Travail éditorial plus précis sur les publications : l'amélioration des titres, vignettes et descriptions
- Meilleure prise en compte des mécanismes de référencement et de recommandation de la plateforme.

Le coordinateur numérique explique que publier une vidéo sur YouTube ne suffit pas. Son titre, sa vignette, sa description et son éditorialisation participent largement à sa visibilité.

5. Forte progression également sur l'année !

En 2025, PACA avait terminé l'année avec environ 258 millions de vues vidéo. Actuellement, on atteint déjà environ 330 millions de vues vidéo.

"L'ensemble du réseau national a totalisé en 2025, environ 1 milliard de vues. PACA représente à elle seule près d'un tiers de ce volume."

Le coordinateur numérique PACA

Le dispositif de RCA Réseaux Sociaux commence par ailleurs à être envisagé dans d'autres régions du réseau, notamment dans les Hauts-de-France et en Nouvelle-Aquitaine, tandis que d'autres régions étudient également sa mise en place.

6. Les CEN et l'autonomie des journalistes

Au début de l'expérimentation, la contribution des CEN était importante dans l'assemblage des vidéos verticales. Les journalistes gagnent progressivement en autonomie.

Les CEN interviennent aujourd'hui davantage en conseil technique et lorsque le niveau de complexité du montage le nécessite.

Le coordinateur numérique explique que certaines contributions spontanées de journalistes du linéaire utilisant leur smartphone peuvent être intégrées dans cette logique des vidéos verticales selon l'importance de l'actualité couverte.

7. Avec monteurs ou sans ?

Le coordinateur numérique rappelle les règles concernant la durée des vidéos verticales et l'implication éventuelle d'un monteur :

- **entre 1 minute et 2 minutes 30**, le montage peut être réalisé par le journaliste, avec ou sans intervention d'un CEN
- au-delà de 2 minutes 30, l'intervention d'un chef monteur est prévue.

8. Équipement et accompagnement pour le montage

Il est prévu la mise en place d'un **poste informatique dédié au montage** des vidéos verticales avec **PowerDirector**. Il sera situé dans la rédaction, et sera plus puissant que ceux dédiés à la bureautique.

Une personne référente au niveau du réseau pourra être sollicitée pour un accompagnement à distance afin de présenter les bases du logiciel.

9. Perspectives

La prochaine étape consiste à poursuivre la progression des pratiques, tout en conservant la réactivité propre aux réseaux sociaux. Les prochains points trimestriels permettront de suivre cette **évolution**, d'identifier les **difficultés persistantes** et de **partager les pratiques entre antennes**.

Les RP insistent néanmoins sur un point de vigilance : la réactivité ne doit en aucun cas primer sur la réaction. Nous sommes avant des professionnels garants d'une qualité de production et ne pouvons-nous permettre de publier des contenus qui ne respectent pas ce standard.

≥ L'ANTENNE DE FRANCE 3 PROVENCE-ALPES-CÔTE-D'AZUR

Tout d'abord, la direction se félicite du succès des journées du patrimoine et tient à remercier tous les volontaires qui se sont mobilisés pour accueillir le public à Antibes. La fréquentation a été particulièrement importante, *"c'était une belle opération"*.

"On voit que la télévision fait toujours rêver."

Samuel Peltier

La semaine dernière, c'était le **lancement de la série "Narcorama"**, série documentaire sur le narcotrafic à Marseille. C'est l' *"événement de la rentrée"* résume la direction. Une avant-première a eu lieu à Marseille.

La série a été mise en ligne et connaît un excellent démarrage. Les premiers chiffres sont bons : 170 000 visionnages intégraux des épisodes, depuis vendredi 18 septembre. Des extraits sont également proposés sur nos réseaux sociaux.

Le 11 octobre, un prime est prévu à 20h30 : une soirée spéciale avec débat. Il y a aussi les entretiens numériques, des interviews en longueur, avec les 4 principaux protagonistes du documentaire. La série va être également visible sur YouTube. Il y a aussi une grande campagne d'affichage et de communication.

Une saison 2 est en cours de fabrication.

Une petite révolution est en préparation : un **Chatbot** (programme informatique qui simule une conversation humaine et répond aux questions soit par la voix soit par l'écrit) devrait être mis en place sur la série. **France Télévision est pionnière dans ce domaine**, l'objectif c'est de le lancer au moment de la sortie YouTube et du prime en octobre.

L'idée de ce chatbot, c'est d'aller au-delà du documentaire que le spectateur regarde sur une plateforme ou sa télé, et d'en faire *"un organe vivant qu'on alimente et qui grandit au fur et à mesure"*, explique la directrice d'antenne.

Le spectateur peut poser des questions au chatbot qui lui propose des bonus.

"C'est en quelque sorte un documentaire augmenté."

Anne-Sophie Maxime

Les **"Côté Sud"** rencontrent toujours un très grand succès : entre 1 million et 1,5 million de téléspectateurs.

L'EDR de ce mois-ci est constitué d'un épisode sur **les incendies du Var** de cet été, Ce documentaire aura une version nationale qui sera diffusée le samedi 26 septembre à midi.

Une partie est consacrée à la régie des transports niçois qui est dans la tourmente. Enfin, l'EDR évoque la colo des Super Mamies.

L'EDR diffusé en octobre sera un best-of, et celui prévu en décembre devrait être consacré, entre autres, à l'Urbex.

- Pages spéciales dans le JT sur **la tempête Alex** : le vendredi 2 octobre
- **Marseille/Cassis** qui a lieu le dimanche 25 octobre de 8h45 à midi, sera diffusé sur le linéaire et le numérique. Du coup, il n'y aura pas de "Dimanche en politique".
- Le **marathon Nice-Cannes** aura lieu le dimanche 8 novembre. Une diffusion en direct est à l'étude avec un flux d'images fourni par l'organisateur. Le principe sera le même que pour le Marseille/Cassis : Une prise d'antenne permet de diffuser la course sur le linéaire et le numérique, avec des journalistes au commentaire en régie et sur le terrain. Le coordinateur de cette prise d'antenne sera Vincent Capus.
- **Trois week-ends communs** pendant les vacances de la Toussaint, :
 - 7-18 octobre piloté par Antibes
 - 24-25 octobre piloté par Marseille
 - 31 octobre-1er novembre piloté par Antibes

≥ RESSOURCES HUMAINES : NOTRE INTERLOCUTRICE CHANGE DE NOM

Les IRH (Interlocuteurs des ressources humaines) sont désormais désignés sous l'appellation CRH, un changement qui s'est accompagné d'une modification de leur classification.

- **Quelles sont les nouvelles prérogatives de ces CRH?**

Une réflexion a été initiée en 2022, sur l'évolution des responsabilités des IRH (interlocuteurs ressources humaines) au sein du réseau régional de France 3.

L'objectif est de faire évoluer l'intitulé du métier afin qu'il corresponde mieux aux activités réellement exercées. Le métier se rapproche de celui de chargé de ressources humaines, sans entraîner de nouvelles prérogatives.

"Il s'agit donc essentiellement de mettre en cohérence l'intitulé du métier avec les missions déjà réalisées, et non d'ajouter de nouvelles responsabilités."

La directrice des ressources humaines

En effet, les IRH exercent déjà plusieurs missions relevant de ce champ :

- la participation à l'animation des relations sociales et aux échanges avec les représentants du personnel ;
- la participation aux recrutements, notamment concernant les alternants et certains postes du réseau régional ;
- plus largement, différentes activités de gestion et d'accompagnement des ressources humaines.

≥ LE MONTAGE NUMÉRIQUE EN JACHÈRE

Pour rappel, les monteurs/euses ne participent toujours pas au montage numérique, alors même qu'ils s'étaient initialement montrés volontaires. La direction a certes reconnu ses erreurs, mais aucune réunion ne semble, à ce jour, programmée.

- **Quelles dispositions sont prévues pour accompagner les salariés dans cette démarche ?**

Comme déjà annoncé lors de l'instance du mois d'août, **une réunion du service montage va être rapidement programmée.**

≥ UN PLAN DE DÉPART VOLONTAIRE ?

En juillet dernier, la présidence de France Télévisions a évoqué plusieurs hypothèses concernant l'avenir de l'entreprise, parmi lesquelles figurait un plan de départs volontaires.

- **Un PDV est-il toujours d'actualité ?**

Aucun PDV n'est envisagé, la présidence l'a confirmé. (Voir plus bas point budget)

≥ LES STAGIAIRES : PRIORITÉ À LA MIXITÉ

- **Serait-il envisageable d'ouvrir prioritairement les places de stage aux établissements scolaires reconnus pour leur mixité sociale, sur la base de critères de motivation pour les métiers de la télévision ?**

La CRH explique que France 3 Côte d'Azur accueille déjà des stagiaires de collèges REP (réseau d'éducation prioritaire), lorsque cela est possible. Dès qu'une demande parvient à l'antenne, une recherche de tuteur volontaire est effectuée.

La difficulté réside dans le nombre limité de places disponibles pour l'ensemble des stagiaires.

Les RP souhaiteraient une démarche plus proactive, constatant de fait que ces profils sont très minoritaires parmi les stagiaires, qui sont souvent des connaissances du personnel.

La CRH est d'accord pour tenter de mettre en place une relation avec des collègues du réseau d'éducation prioritaire.

≥ QUI ACCUEILLE LES NOUVEAUX VENUS À LA BRAGUE ?

- **À qui incombe la responsabilité de faire visiter les locaux aux nouveaux arrivants ? Les stagiaires ? Les nouveaux CDD techniciens et journalistes ? Les alternants ?**
- **Et quelles sont les personnes en charge de leur détailler leurs fonctions respectives et la latitude dont ils disposent quant à leur présence ?**

Les alternants et les nouveaux arrivants sont accueillis par la CRH et le chef de service, ainsi que le tuteur dans le cas d'un alternant.

En ce qui concerne les stagiaires, ce sont les tuteurs qui gèrent leur accompagnement et ce tout au long de la durée du stage. Dans le cas où le tuteur n'est pas présent sur site, c'est à lui de confier cette responsabilité à un confrère.

Il revient au chef de service de valider l'accueil du stagiaire ainsi que les conditions et l'organisation de l'accueil de celui-ci et ce tout au long de la durée du stage.

≥ UN BUDGET 2027 ENCORE PLUS SERRÉ ?

Bien que ce soit difficile de le concevoir, au vu de la situation actuelle, marquée par de nombreux JT communs et des contraintes quotidiennes importantes, une information circule au sein du réseau, selon laquelle de nouvelles restrictions budgétaires sont prévues en 2027.

- **Quelles mesures concrètes sont-elles d'ores et déjà envisagées pour l'antenne de Côte d'Azur ?**

Avec **une nouvelle baisse de 47 millions d'euros** de la dotation de l'Etat, ce sont, au total, 90 millions qui viendront à manquer en 2027 à l'entreprise de médias publics, selon la présidence de FTV, alors même que les missions ne sont pas réduites.

Une autre annonce choc : **le non-remplacement d'1 départ sur 2** dans l'ensemble du groupe et ce sur 2026, 2027 et 2028.

La présidence de FTV a annoncé par voie de presse qu'**aucun plan de départ n'est envisagé**, et a demandé à la tutelle de prendre ses responsabilités en faisant des choix sur l'abandon de certaines missions.

(Article à votre disposition [en lien ici](#))

« Je tire la sonnette d'alarme sur la sauvegarde de notre modèle culturel »

Delphine Ernotte

Au niveau des régions, un pré-arbitrage budgétaire est attendu à la fin de semaine, et un arbitrage fin octobre.

À ce stade, le directeur régional n'est donc pas en mesure de fournir de précisions, ni d'évoquer les pistes envisagées. Il confirme simplement l'objectif fixé pour PACA en 2026 : une économie 5,2 ETP.

"L'an prochain, les efforts seront encore plus importants. La question est aujourd'hui de savoir s'il est possible de réduire à nouveau nos budgets tout en assurant nos missions ? Les pistes sont de moins en moins nombreuses. "

Samuel Peltier

Concernant la région PACA, la direction indique que la construction budgétaire est actuellement en cours et rappelle que **5,2 ETP ont déjà été supprimés en PACA** cette année. Elle précise que l'exercice en cours est, à ce stade, maîtrisé.

Le directeur régional explique que 5,2 ETP correspond à 1000 jours et que cet été, *"la programmation de 3 semaines de JT communs ont permis une économie de 300 jours. "*

"Une chose est certaine, les JT communs de baisseront pas. (...) Pour l'instant, on sacralise l'info. "

Samuel Peltier

Les RP nuancent toutefois cette sacralisation depuis la programmation de **Pages spéciales réseaux**. Il s'agit d'une page d'une dizaine de minutes réalisée par une région et diffusée sur l'ensemble du réseau, comme ce fut le cas par exemple pour les incendies.

La direction régionale ne partage pas ce point de vue et affirme que ces Pages, dont la fréquence est mensuelle, n'ont pas été mises en place dans un objectif économique.

"Ces pages ont pour but de faire partager à l'ensemble du réseau un évènement, pas de faire des économies. "

Samuel Peltier

La direction reconnaît que les marges de manœuvre sont désormais particulièrement réduites, compte tenu des économies déjà réalisées ces dernières années.

≥ LA VICTORINE : RIFI CHEZ LES GESTIONNAIRES

La société Color se retire de la gestion des studios de la Victorine qui se trouvent par conséquent fragilisés. Le site est actuellement en friche et tout indique qu'il devrait le demeurer.

- **Dans ces conditions, quel est l'intérêt d'y installer le siège de France 3 Côte d'Azur ?**
- **Des visites du site sont-elles prévues ?**

Dans la mesure où la gestion du site ne relève pas de France Télévisions, la direction régionale n'a pas de commentaire à faire sur ce point.

La cogestion était prévue pour être partagée entre la CCI Côte d'Azur et l'entreprise Color. Dès lors que Color se retire, la gestion revient entièrement à la CCI Côte d'Azur.

Les RP envisagent difficilement la cohérence d'installer le BRI de France 3 dans un No man's land.

La direction rappelle que le projet de **relocalisation** s'inscrit dans un projet de développement plus large, auquel la station est associée.

La direction précise que certains engagements relèvent toutefois d'autres entités et qu'elle ne dispose pas nécessairement de tous les leviers permettant d'agir directement sur ces aspects.

La direction confirme que **d'autres visites peuvent être organisées**, sous réserve de l'avancement du chantier.

Les RP interrogent la direction sur **l'aménagement intérieur des futurs locaux**, notamment sur la possibilité de réaliser certains ajustements avant la livraison du site,.

Un interlocuteur dédié au projet de relocalisation

Un interlocuteur dédié à la **relocalisation des stations** a été intégré à l'équipe de Mickaël Friedrich, en charge des moyens du réseau régional. Il aura notamment pour mission de suivre le projet de la station, sa construction, son déménagement et, plus largement, les différentes étapes liées à la relocalisation.

La direction souligne l'intérêt de disposer de cet accompagnement, compte tenu du nombre important de sujets techniques, organisationnels et logistiques à traiter dans le cadre d'un déménagement de cette ampleur

≥ SÉCURISER LE MATÉRIEL DE LA LOCALE : UNE NÉCESSITÉ

Le matériel fait régulièrement l'objet de détériorations, de disparitions, voire de dérèglements ; sa mise sous clé permettrait d'identifier avec certitude la dernière personne l'ayant utilisé, afin de le lui signaler.

- **Serait-il envisageable de sécuriser le matériel de tournage à la locale de Nice, selon le même principe qu'à Antibes, par une mise sous clé ?**

La direction y est favorable et va mener une réflexion en ce sens.

≥ UNE CAMÉRA (DE LA LOCALE) PARTIE EN RÉPARATION... ET JAMAIS REVENUE

La caméra Sony 200 affectée à la locale de Nice est partie en réparation, il y a plus d'un an.

- **Était-il prévu qu'elle revienne, ou ce n'est plus d'actualité ?
Le cas échéant, son remplacement est-il prévu ?**

Selon la direction, la locale de Nice dispose actuellement de deux caméras 280, d'une caméra 400, d'un UTN et d'un Alpha 7. À ce stade, ce parc est considéré comme suffisant et **le retour de la caméra 200, actuellement en réparation, n'est pas envisagé.**

Les RP entendent cet argument, mais s'étonnent qu'il ait fallu attendre une année après l'envoi en réparation de cette caméra, plusieurs questions de relance et finalement une instance de proximité pour apprendre que la caméra ne reviendra jamais à la locale.

≥ DU MATÉRIEL POUR DES PLATEAUX PLUS FLUIDES (À LA LOCALE)

Afin d'améliorer la qualité des plateaux de présentation réalisés en mouvement, chaque jour, mais également afin d'être utilisé lors de certains reportages d'actualité :

- **Serait-il possible d'envisager l'achat d'un stabilisateur RONIN pour l'Alpha 7 de la locale de Nice ?**

La direction donne son accord pour l'acquisition d'un RONIN destiné à la locale de Nice.

- **Serait-il possible d'acquérir un pied de caméra léger pour l'Alpha 7 de la locale de Nice, le même modèle que ceux utilisés au BRI d'Antibes ?**

Là aussi, la direction donne son accord pour l'achat d'un pied léger est envisageable.

≥ LA LOCALE : DU SAS DE SÉCURITÉ AU SAS DE LA GALÈRE

Il devient particulièrement pénible pour les salariés de devoir utiliser **en permanence** un badge pour ouvrir chaque porte, afin de se rendre aux toilettes, dans les salles de montage, à l'espace cuisine ... et revenir à leur bureau !

- **La direction peut-elle expliquer les raisons qui l'ont motivée à ajouter une porte verrouillée supplémentaire pour accéder à la locale Nice ?**

Le palier, également appelé « sas », de la locale de Nice fait partie intégrante des locaux et doit, à ce titre, faire l'objet d'**une sécurisation spécifique**.

Le maintien des lecteurs de badges permettant l'accès à la rédaction et à l'espace de montage demeure nécessaire. En effet, une troisième porte permettant l'accès à l'escalier de secours doit rester accessible, puisqu'elle constitue **une issue de secours**.

Les RP ont posé ces questions relatives aux matériels de la locale alors que ces points avaient déjà été abordés lors de la réunion de rentrée de la locale. Les RP précisent qu'il n'y avait là aucune volonté de court-circuiter les managers et s'engagent à les contacter directement et à ne plus reproduire ce type de doublon de démarches.

≥ UN PLANNING SPÉCIAL WEB PUISQUE C'EST PACA !

Dans le cadre de l'envoi hebdomadaire des TBS (tableaux de service), figure désormais un tableau distinct pour les CEN (chargé d'édition numérique). La direction avait justifié ce détachement du TBS du BRI d'Antibes, en avançant que ce poste relevait d'une gestion régionale.

L'expérience d'une journaliste amenée à effectuer ponctuellement, mais régulièrement, du web, a mis en évidence **un cumul excessif d'incertitudes pour démarrer une journée de travail**.

Souvent planifiée une journée ou le week-end, elle découvre le matin en arrivant : si elle est seule ou pas (parfois un seul salarié est présent dans le service à Antibes). Elle doit chercher ensuite les informations suivantes : Qui pilote, Antibes ou Marseille ? Où est le CEN , à Antibes ou Marseille ? S'il y en a un ? Qui est le RCA Num ? Qui est le RCA RS ?

- **Serait-il possible d'établir un tableau complet du service web, regroupant l'ensemble des salariés présents à Antibes et à Marseille ?**

Le coordinateur numérique explique qu'un document existe déjà depuis 2023, alimenté chaque semaine à partir des différents tableaux de service (rédaction, chefs de centre, adjoints, etc.). Il est partagé avec le CEN et a également été diffusé à plusieurs reprises auprès des équipes Web. Il est accessible via la description du canal WhatsApp utilisé par les journalistes planifiés au web.

Les RP précisent que les journalistes travaillant très occasionnellement au web n'ont pas cette information. L'existence d'une information ne garantit ni sa visibilité, ni son accessibilité. L'absence d'un document disponible facilement peut compliquer les échanges entre collègues et renforcer le sentiment que les équipes antiboises du web sont moins intégrées au fonctionnement régional.

La direction est consciente qu'il est contreproductif de créer un nouveau canal de communication. Elle est d'accord pour **rattacher le planning WEB à un support que les équipes consultent systématiquement, comme les TBS**. La direction s'engage à trouver une solution rapidement et le document déjà réalisé par le coordinateur numérique constitue une base déjà opérationnelle.

≥ PLANNINGS DE L'ÉTÉ / PAS DE DOC EN STOCK

Cet été, aucun documentaliste n'a été présent en Côte d'Azur pendant une période de 10 jours. Cela a engendré des difficultés notables de récupération de reportages et de recherche d'informations.

- **La direction peut-elle s'engager à une présence constante du service documentation en Côte d'Azur ?**

La direction se défend d'avoir planifié un seul documentaliste par jour pendant l'été, "sauf les week-ends".

Les RP confirment que cette planification, avec un seul doc à Marseille ou Antibes, pour toute la région, a posé problème.

C'est une perte de service car la connaissance du territoire permet de mieux faire les recherches et de mieux répondre aux demandes des journalistes.

La direction affirme qu'aucun problème ne lui a été remonté. Autre argument : l'UOA a parfois *"du mal à planifier des gens"*.

Les RP maintiennent qu'il doit y avoir **minimum un/e documentaliste par antenne**, quelle que soit la saison.

≥ PLANNINGS DE L'ÉTÉ : DES RTT EMPLOYEUR REMPLACÉES PAR DES CDD

En cette période de restrictions économiques, où chaque ETP compte, et où la quasi-totalité des journalistes se trouve impactée dans son travail, le planning établi cet été a suscité de nombreuses interrogations. Si la gestion des RTT est à la main de l'employeur, celle-ci a interpellé certains salariés qui ont pu se sentir mis à l'écart.

- **Comment se fait-il que des CDD aient été planifiés durant la période de JT communs alors que des titulaires ont été planifié en RTT employeur ?**
- **Du coup, pourquoi demander à des titulaires de poser des jours de congés supplémentaires cet été ? De plus, imposer à ces mêmes salariés qui ont joué le jeu, des RTTE ou récup employeur (plutôt qu'à d'autres...)**

Ces RTTE ont été planifiées pour interrompre des longues séries de jours consécutifs de travail ou pour répondre à des besoins de compétences spécifiques sur des planifications précises.

Les RTTE ont été réparties de manière équitable entre les salariés, assure la direction.

En ce qui concerne les collaborateurs ne disposant pas de RTT (salariés au décompte horaire, en temps partiel), il leur a été demandé de déposer un jour de congé.

≥ COMBIEN RAPPORTENT LES RÉSEAUX SOCIAUX ?

- Quel est le montant des revenus publicitaires générés par les reportages mis en ligne sur YouTube ?
- Ces revenus sont-ils réaffectés au fonctionnement de France 3 Paca ?
- Mêmes questions pour les publications Facebook, Instagram et Tiktok.

La direction explique que les revenus générés par les vidéos mises en ligne sur les réseaux sociaux en région. Elle explique que ces sommes sont collectées au niveau de la régie centrale avant d'être ventilées dans le réseau. Aucun de ces montants n'est communiqué aux directions régionales.

≥ UN JT DU DIMANCHE MIDI... À 12h37 !

- Avec la disparition du DEP national, serait-il envisageable d'avancer l'heure du JT du dimanche midi, afin qu'il soit à 12h25, comme en semaine ?

Le directeur régional n'a pas la main sur les horaires de diffusion des JT.

≥ DUERP ET PAPRI Pact

Les RP sont surpris de constater que le document DUERP qui leur est présenté pour examen ne contient **aucune des modifications apportées lors des ateliers de juin**.

Pour faire simple, c'est même document que celui présenté aux salariés en début d'atelier. Dans ces conditions, les RP estiment que l'examen de ce document n'a donc aucun intérêt avant son envoi au CSE.

La direction assure qu'elle va très rapidement envoyer une version actualisée du document, intégrant les modifications et observations formulées par les participants aux ateliers de juin.

Prochaine réunion le 15 octobre

MERCI DE NOUS AVOIR LUS

L'ÉQUIPE des REPRÉSENTANTS DE PROXIMITÉ de FRANCE 3 CÔTE D'AZUR

