

Compte-rendu de la commission ANTENNE ET PROGRAMMES

17 septembre 2026

La commission Antenne et Programmes s'est tenue le 17 septembre 2026. Elle intervient après la présentation de la grille de rentrée en CSE de septembre et avant le cadrage budgétaire qui n'annonce rien de bon.

Nous apprendrons d'ailleurs au cours de la réunion que France Télévisions doit économiser 90 millions sur son budget.

Les membres s'interrogent également sur la pauvreté de certains documents fournis qui s'apparentent plus à un chapitrage PowerPoint qu'à des supports de travail.

Difficile dans ces conditions de travailler sérieusement en amont.

COMMISSION "LINÉAIRE"

Invitées : Stéphanie Lafuente, rédactrice en chef, adjointe au directeur de l'information du Réseau, Delphine Vialanet, directrice de proximité des antennes et du numérique, Réseau France 3

1- Avenir DEP et EDR en janvier 2027

Les inquiétudes étaient grandes sur ces deux produits importants en région suite aux annonces faites à la dernière commission du 1^{er} avril. Stéphanie Lafuente confirme cependant le maintien de ces deux émissions pour la saison.

Seule la forme pouvant, à terme, évoluer.

- **EDR**

Il n'y aura finalement pas de fonctionnement transverse pour EDR (sous forme de mutualisations de sujets avec d'autres régions).

Des ateliers de travail sont mis en place afin de réfléchir à un titre plus approprié (ce n'est plus vraiment de l'enquête, soyons honnêtes) et à sa structure. L'idée étant de sortir d'un bloc monothématique parfois difficile à tenir. Un découpage plus rythmé (une partie actu / une partie société / une partie magazine) est envisagé.

Sur la forme, chaque région à la main affirme la direction. Les élus font remarquer que ce sont plutôt les moyens qui contraignent la forme de l'émission. Ainsi de moins en moins d'antennes peuvent tourner les plateaux en extérieur et se replient sur les fonds verts.

Le créneau de diffusion, lui, ne changera pas. Ce que les élus regrettent, une fois de plus. EDR peut heureusement compter sur une diffusion via YouTube qui lui assure une meilleure visibilité (pas difficile).

- **DEP**

Ces "économies" se traduisent par l'arrêt du recours aux réalisateurs dans certaines régions.

Là encore des ateliers de travail sont menés avec les rédacteurs en chef, une boîte à outils sera mise à disposition.

L'horaire, la durée resteront inchangés au premier semestre 2027.

Dans certaines antennes, l'émission est directement publiée sur le numérique dès son enregistrement, (le vendredi) avant la diffusion tv qui elle se fait le dimanche

2- Mutualisations et programmes cross-régions

- **Mutualisations**

De nouveaux JT communs sont déjà annoncés çà et là.

En AURA, où 80 JT mutualisés étaient déjà prévus en 2026, 7 JT, 2 DEP mutualisés supplémentaires y sont annoncés d'ici à décembre, afin de "respecter la trajectoire budgétaire".

Des économies qui nous éloignent de notre principale mission : l'information de proximité.

La direction explique que chaque région décide de faire ou non des JT mutualisés. Mais encore une fois, les saignées budgétaires imposées au Réseau, dictent notre ligne éditoriale.

Et ne laissent guère le choix.

- **Point sur les programmes dits "cross régions" ou interrégionaux (état des lieux, périmètre de diffusion / moyens internes et externes alloués)**

C'est confirmé, le DRE est un programme piloté par le national avec une thématique régionale. C'est donc un programme régional, diffusé partout en France, dans une case régionale. Le « E » signifie « externalisé » au sens où c'est externe à la région.

Encore une fois, les programmes fabriqués par "des régions" ou parlant "de régions" s'apparentent davantage à des contenus nationaux que réellement régionaux. La France étant composée de régions.
Cette pirouette sémantique n'est pas sérieuse.

Ainsi

- Le réseau programme 6 DRE par semaine (du lundi au samedi) dans la case de 11h05 avec ses "Régions gourmandes".
- La case du samedi 12h55 est partagée avec le natio. Nous en sommes « colocataires ». Nous avons 7 DRE sur cette case au dernier semestre 2026 avec l'émission Château.
- La case du samedi 20h30 où là encore c'est soit le natio, soit un DRE (Le meilleur de ... ou des mag)

La commission demande des documents plus détaillés qu'une simple liste. Les moyens par émission / par service / par site.

3- Perspectives pour le 1^{er} semestre 2027 : programmes / infos (JT, locales, éditions en langue régionale, documentaires)

- **Évolution des JTR**

Pas d'évolution notable a priori.

Certaines régions y travaillent, comme le fait de dynamiser le journal du midi en lui apportant du frais. Attention à la fatigue des équipes doublement sollicitées, et devant répondre à une double exigence, de « nourrir » le midi, et le soir.

Avenir des locales : rien de neuf pour la direction.

Toutefois, le rapport de l'Arcom a préconisé, pour des raisons économiques, la fin de la TNT pour 2030.

Elles sont déjà peu visibles pour celles qui ne sont pas sur les box.

Les journalistes s'emploient à mettre les reportages sur YouTube afin que leur travail trouve son public.

D'ailleurs, nous le verrons plus tard, la diffusion sur Youtube des éditions JT et des locales devrait être bientôt automatisée.

• Évolution des programmes

Les documents fournis aux élus lors de cette commission n'intègrent pas les prévisions pour 2027.

La pauvreté des informations fournies pour 2026 interroge une nouvelle fois.

La direction explique que ce point ayant été traité en CSE, la commission ne peut pas y revenir. Argument que nous pouvons difficilement contester.

Les élus font remarquer que certains programmes régionaux actuellement en diffusion ne sont même pas mentionnés dans le document. La direction répond qu'elle a surtout voulu mettre en avant les programmes "extrêmement transverses" reprenant l'argument mentionné ci-dessus.

• Évolution des documentaires

Comme pour les programmes, "être à plusieurs", pour "mieux financer les projets" semble être l'avenir. La série documentaire Narcorama est citée en exemple.

Pourquoi pas ?

S'il s'agit de proposer des documentaires de qualité.

Attention tout de même à ce que ces mutualisations ne justifient pas

- une diminution drastique du volume de documentaires commandés par les régions,
- une externalisation accrue
- une baisse de l'activité pour les salariés de la Fabrique et du Pool

En 2026, trois magazines sur les incendies de l'été ont été réalisés dans l'optique du Streaming first.

- « **Dites le ici** »

Il s'agit peu ou prou du même dispositif que pour les dernières municipales.

Les informations sur ce dispositif arrivent elles aussi au compte-gouttes.

La méthodologie de cette étude n'est pas détaillée dans les documents fournis.

Il se trouve que, par hasard, la Commission a pu consulter la première étude (qui a eu lieu fin août, début septembre) pour analyser le processus et se faire une idée.

Stéphanie Lafuente nous décrit l'opération.

- 6 consultations "citoyennes" auront lieu entre septembre et mars prochain, suivies d'une journée spéciale avec la radio sur chaque antenne : « Nos enfants » avec une déclinaison possible sur le portable à l'école, la planète, l'impact de l'IA, etc...

La direction de l'information a choisi des « *thématiques plus larges et transverses pour permettre un traitement plus large de la part des rédactions : hub, sujet Dimpol, invités, qui doivent pouvoir s'emparer de la thématique et la décliner* ».

- En guise de consultation "citoyenne" ou même carrément des "Français", un questionnaire disponible en pied de certains de nos articles web.

Les réponses sont recueillies par ODOXA, et 14. 286 réponses ont été recensées sur la 1^{re} thématique.

Les élus s'interrogent sur la pertinence de ces réponses qui proviennent uniquement des internautes qui ont bien voulu répondre via les sites internet ici.fr dans les régions.

Quelle est la représentativité de ces 15 000 personnes à l'échelon national ?

La direction nous rappelle qu'il ne s'agit pas d'un sondage mais bien d'une consultation.

Mais, lorsqu'on consulte le document fourni par Odoxa sur la première étude réalisée en septembre, on peut lire qu'une "*pondération a été appliquée aux résultats afin que la structure de la population des personnes ayant participé à la consultation soit identique à celle de la population française*".

Les thématiques et les questions sont discutées et déterminées par la direction de l'info avec les rédacteurs en chef (de la radio, également) au fur et à mesure des études pour « *coller à l'actualité ou du moins rester en cohérence avec celle-ci* » et « *prendre la température du pays* », comme pour « *ma commune, mon maire et moi*. »

La commission préconise que les rédactions en chef diffusent aux journalistes l'ensemble des résultats au fur et à mesure afin que cela serve d'outil pour des reportages, articles web ou pour nos émissions politiques.

Le dispositif est co-financé par la radio. Nous ne connaissons pas le montant de cette opération.

- **Présidentielle**

La présidentielle n'est pas notre priorité, mais derrière il y aura les législatives.

À noter la participation d'un journaliste politique du Réseau au « Grand Enjeu » à 18h sur Franceinfo, dont c'est l'initiative.

Au 19 septembre, deux émissions avaient été diffusées.

Après le refus d'un grand journal national de presse écrite de s'associer à France Info pour cette nouvelle émission, Philippe Corbé s'est alors tourné vers un "partenaire en interne" : le réseau France 3, explique la direction. *"L'idée étant de ne pas faire une émission politique sur la présidentielle entre éditorialistes du 7eme et 15eme arrondissement de Paris"* détaille Stéphanie Lafuente.

Pour l'instant, 3 régions y participent, mais d'autres devraient être sollicitées. Avec une meilleure communication on l'espère, **beaucoup d'antennes n'étant même pas informées de l'existence de cette nouvelle émission.**

- Un.e journaliste ICI TV région (une journée de prépa, une journée sur place) en coprésentation avec Myriam Encaoua et Yael Gooz
- Un reportage d'une des rédactions mis en avant pour lancer le débat.

Les choix éditoriaux seront communs. Ce sera une façon d'être plus représentatif, d'après la direction.

Les élu.es regrettent que l'on ait sacrifié le dernier rendez-vous politique de France 3 natio, consacré aux régions (DEP) et que ce qui y ressemble le plus se retrouve désormais sur ... FranceInfo.

Un manque de cohérence ? Ou la préfiguration de rapprochements de plus en plus systématiques (voir d'une future fusion) entre les deux chaînes ? La mort annoncée de France 3 ?

"Pas du tout" répond la direction.

- **Pages spéciales du réseau**

Les pages spéciales réseau ont été lancées avant l'été. L'idée étant qu'elles soient mensuelles.

Soit une région propose une thématique, soit c'est la direction de l'info (Eric Brisson).

- Les jardins au printemps
- deux spéciales incendies cet été
- En septembre : deux la même semaine, Septembre bouge (Marseille) et les vendanges (Bourgogne).
- La prochaine sera consacrée à la Route du Rhum, pilotée par Rennes, le 31 octobre.

Le principe n'est pas de "coller forcément à l'actu chaude". Visiblement.

Le décrochage est imposé à toutes les régions et dure entre 14 et 20 mn.

La direction affirme que le créneau empiète sur « On vous emmène ici » et sur la partie nationale.

Sauf que, au vu des précédentes éditions, la partie régionale est également affectée.

Pour chaque spéciale, ce serait 5 à 7 minutes en moins. Ce qui se traduit concrètement par une équipe de reportage en moins en termes d'ETP. A minima.

Au niveau des audiences, elles seraient soit au même niveau que celles des JT (entre 12 et 20 de PDA), soit légèrement en hausse mais a priori, pas de décrochage de la courbe.

Les élu.es s'interrogent aussi sur **le risque de redondance avec des reportages d'actu** sur ces mêmes thèmes, comme pour les vendanges, déjà maintes fois déclinées, cet été, dans certaines régions impactées par la sécheresse. La direction se veut rassurante.

La commission souligne également **la perte d'autonomie éditoriale des antennes du réseau** qui se voit imposées des thèmes déjà traités ou peu concernant sur leurs territoires.

Un rabotage minime pour la direction, mais ajouté aux PAE, aux mutualisations...

l'information de proximité perd du terrain.

À tel point que la perte de sens au travail, la perte de notre identité sont de plus en plus fortes dans le réseau.

COMMISSION "NUMERIQUE"

Invitées : Delphine Vialanet, Stéphanie Lafuente

1- Partenariat YouTube

Le nouveau partenariat entre YouTube et France Télévisions a commencé le 1^{er} septembre.

FTV doit fournir 20 000 heures de programmes par an à YouTube.

La direction explique que les contenus mis en ligne sur YouTube par FranceInfo rencontrent depuis le 1^{er} septembre un succès certain.

France 3 Régions devrait commencer à mettre ses vidéos mi-octobre.

L'idée serait d'avoir une chaîne ombrelle (un hub) qui hébergerait tous nos replays et ce de manière automatique.

Chaque région pourra ensuite mettre en lien sa playlist sur sa propre chaîne.

JT, locales, EDR, DEP devraient ainsi être automatiquement publiés sur YouTube. Le process technique n'est pas encore tout à fait défini.

Ce dispositif devrait être mis en place pour courant octobre. **À terme, un chapitrage de nos éditions devrait être proposé.**

Ce partenariat devrait permettre de faciliter la diffusion d'éléments protégés comme les musiques ou les extraits sportifs. Nous attendons d'avoir des détails sur les process.

France Télévisions monétise ses contenus et cet argent revient à l'entreprise (pas directement aux régions).

On ignore pour quel montant. La question devra être posée en commission Eco.

2- Audiences numériques 1^{er} semestre 2026 (RS et site web). Impacts de Google Overview sur ces dernières.

Les audiences sont en baisse en septembre comme chaque année à cette période et pour tous les sites d'information, explique Delphine Vialanet.

3.468 millions de visiteurs contre 17.4 millions en semaine 9.

Pas d'inquiétude à avoir selon elle. La presse numérique dans son ensemble subissant un coup d'arrêt.

Les explications sont variées : baisse générale des sites d'info, concurrence de l'IA.

Étonnamment pour l'heure, Google Overview ne nous impacte que très peu.

Aucun décrochage de la courbe du taux de clics depuis sa mise en place en juillet dernier.

Nos articles sont propulsés par deux leviers :

- **Search et Actu** qui interviennent lorsque l'internaute fait une requête dans un moteur de recherche ou dans l'onglet « Actu » de Google.

- **Discover** qui « propose » nos articles en fonction du référencement et des habitudes des lecteurs.

Concernant l'IA, France Télévisions a refusé de donner nos articles et nos contenus à Google, son IA. C'est ce qui s'appelle l'Opt Out.

Il n'est donc pas censé citer nos papiers lorsqu'il propose des résumés d'information. N'hésitez pas à témoigner si vous remarquez que ce n'est pas le cas.

Stratégie à double tranchant, elle doit nous permettre de peser dans les négociations avec Google. À suivre donc.

Information en marge mais intéressante : **les pages d'accueil de nos sites arrivent en 2^e position des "articles" les plus visités avec 2.6 millions.**

De quoi, peut-être, nous conforter dans l'idée que nos sites ne sont plus seulement des sites de référencement mais bien de référence. Et, que nos demandes répétées d'éditorialiser ces pages (rubriques ou slug com/rédaction) n'étaient pas si insensées.

À noter également, nous le demandons depuis des années, **l'absence de l'indicateur temps de lecture par article.**

Un indicateur bien plus pertinent pour comprendre ce qui intéresse nos lecteurs que le simple clic qui peut être accidentel. Notamment avec des titres de plus en plus génériques et non localisés.

3- Impacts biographie complétée PIC sur le référencement

On ne connaît pas le taux de complétion des biographies, il est évident qu'un minimum d'informations sur l'auteur est utile, rendant aux yeux de l'IA plus "humain" son auteur et donc mieux référencé, mais rien n'est obligatoire.

Domage, les développeurs de PIC n'ont pas transmis ces données qui auraient pu nous être utiles. Nous soulignons également que certaines antennes n'ont pas été, ou mal, informées de ces nouvelles directives.

4- Bilan papiers Ici (nombre de vues, de papiers écrits par les journalistes du réseau / antenne, nombre de contributeurs)

Le bilan des papiers diffusés sur le site commun à la radio et à la télé n'est pas satisfaisant.

C'est un euphémisme.

Les audiences des articles F3 sur le site ici sont catastrophiques.

Passant de 2.167 millions de pages vues en janvier à 58.430 en septembre. Ceci s'explique en partie par le fait que le site Ici est référencé comme site média et non info.

Pas de quoi abandonner pour autant ce travail qui, visiblement, est une perte de temps, en plus d'être inintéressant à faire.

Le rapprochement d'ICI radio et d'ICI TV semble de plus en plus de façade. Entre des matinales au rabais et un site qui nous invisibilise

D'autant qu'on ne sait toujours pas ce qu'il se passera à l'avenir pour ce site.

La date de la bascule des articles de France 3 sur ce site commun n'est toujours pas fixée. La direction reconnaît ne même pas savoir si la bascule aura lieu un jour.

En attendant, la direction de l'information mène des ateliers depuis juin. Encore oui. Quatre groupes ont été formés.

Soit une quarantaine de personnes au total : rédacteurs en chef, adjoints, direction de

l'info du réseau, délégués numériques, CEN mais étonnamment aucun journaliste qui fournissent pourtant l'essentiel des contenus.

Ils doivent se rencontrer tous les mois afin de réfléchir à une future collaboration et en dessiner les contours :

- Cadrage éditorial (charte fondatrice, déontologie, pratiques ...)
- Réseaux sociaux
- Pilotage local (qui fait quoi ? Qui valide ?)
- Pilotage central (mettre en avant quels articles et pourquoi ?)

Cette réflexion se fait dans un premier temps sans ICI radio, c'est pour le moins étrange.

La direction explique que ses propositions seront soumises à Radio France à l'issue de ce travail et des ajustements faits si nécessaires.

Rien ne nous assure en effet que Radio France les accepte et ce travail de fond, pourtant indispensable, pourrait bien être inutile.

Nous saluons ce travail et les questions fondamentales qu'il soulève.

Un travail que nous demandons depuis... dix ans.

Nous regrettons donc simplement que ces réflexions très importantes n'aient pas été entreprises avant.

Ce qui aurait évité pas mal de flottements, voire d'errements sur l'articulation linéaire/ numérique, les missions des CEN, le rôle des coordinateurs numériques.

Un travail qui aurait également pu nous permettre d'identifier de nouveaux métiers numériques (qui nous font cruellement défaut aujourd'hui) comme celui de motion designer dont toutes les rédactions web sont dotées (infographies animées sur les RS notamment).

À ce sujet, Dephine Vialanet, explique que les tâches et fonctions du coordinateur sont en train d'être revues. Celles-ci variant d'une antenne à l'autre.

Selon elle, il est possible que le DAC reprenne cette casquette et qu'un poste d'adjoint numérique dédié aux réseaux sociaux soit créé, comme c'est expérimenté actuellement à Antibes.

5- Audiences réseaux sociaux

Elles sont bonnes.

13.47 millions d'abonnés sur les réseaux sociaux. Facebook en tête puis YouTube et Instagram.

Sur YouTube, les vidéos sont des sujets TV à 80% mais le short monte en puissance. Dans quelques mois, la vidéo You Tube risque de passer devant les vidéos sur Instagram en nombre de vues, en raison notamment du partenariat signé avec la plateforme.

Nos vidéos sont largement vues : 1.67 B de janvier au 31 aout. Sur Instagram en tête puis Facebook.

La direction se félicite, à raison, de ce succès.

Il ne sera pas question de vidéos verticales lors cette commission, la direction ayant enlevé le point au motif que l'extension de l'expérimentation à l'ensemble du réseau était trop récente. Et les premiers résultats trop parcellaires.

Au sujet des VV, Delphine Vialanet reconnaît des tâtonnements.

Elle estime que l'idéal est de discuter des choix le matin en conférence de rédaction pour réfléchir à ce que chaque chose soit traitée au bon endroit (télé ou VV).

Du bon sens, en somme, qui n'est pourtant pas appliqué dans toutes les antennes du réseau où les conférences de rédaction sont compartimentées JT / web.

COMPOSITION DE LA COMMISSION ANTENNE ET PROGRAMMES

Olivier Gerbi, journaliste, Marseille, vice-pdt

Eléonore Duplay, journaliste, Nantes

Denis Milan, réalisateur, Lyon

Amélie Douay, journaliste, Dijon

Régis Engrand, OPS, Reims

Clément Alet, journaliste, Rodez

Coralie Becq, journaliste Antibes

Florence Malésieux, journaliste, Brest

Sébastien Lemaire, CEN, Antibes

Juliette Roché, journaliste, CVDL, Orléans

Séverine Beaurain, Marketing et Com de proximité, Lille

Cécile Poure, journaliste, Alsace (pdte de la commission)