



## CSE réseau de janvier 2025

### Compte-rendu de la commission antennes du 3 décembre 2024

#### Présents :

Pour la direction : Olivier Daube, Léo Lamberton, Xavier Riboulet, Séverine Thirel, Delphine Vialanet

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

La commission ne s'était pas réunie depuis le mois de janvier 2024, en raison de la longue absence de Claire Lacroix, qui assurait sa présidence. Les membres de la commission saluent son travail et lui souhaitent de revenir rapidement parmi nous. C'est maintenant Danilo Comodi qui a pris la suite à la présidence.

#### Point 1 : Editions ICI depuis la rentrée de septembre

La commission a rappelé son opposition au projet Tempo qui a amené la fin de des éditions nationales et introduit l'info non-régionale dans les JT régionaux. Avec des conséquences néfastes pour nos collègues de la rédaction nationale qui se retrouvent pour beaucoup en bore-out.

En région, ces éditions continuent d'affecter sérieusement la vie personnelle et familiale de nombreux collègues à cause des fins de service plus tardives à midi et le soir. Si les décideurs parisiens habitués à ce rythme prennent à la légère ces changements, ce n'est pas le cas de ceux qui les vivent.

La réduction de la durée du JTS à 32 minutes en septembre continue en janvier. Léo Lambertson confirme qu'il n'y a pas d'évolution pour le début 2025 sur la structure des éditions. On reste avec une page de huit minutes d'info nationale et internationale obligatoire. Avec une liberté de nouveau affichée d'élaborer les conducteurs dans chaque BRI. Dans les faits, la plupart des régions commencent par la page régionale, puis finissent par la page nationale. Certaines mélangent les sujets en fonction de l'éditorial, quand d'autres ne font plus de césure entre le régional et le reste. Il ressort que la solution idéale n'existe pas, finir la page régionale par un sujet léger pour enchaîner sur la guerre à Gaza ou des inondations à Valence n'est pas cohérent. Et commencer un journal régional par de l'info internationale ne l'est pas non plus. D'ailleurs, les sujets ne sont pas toujours PAD à 19h15, donc la volonté de les mettre en haut de canard ne peut pas toujours être respectée. Ce qui était dénoncé au début perdure donc, sans perspective de retrouver une logique éditoriale. Ce n'est pas parce qu'on s'habitue à des éditions bancales qu'elles ne le sont plus.

Concernant les dossiers, il y en a quatre de 3'30 mis à disposition chaque semaine pour le JTM ou le JTS. Le taux de diffusion annoncé est de 85% en moyenne. La direction a fourni un relevé pour septembre et octobre où l'on constate qu'il n'y a pas de logique établie. Une région en diffuse quatre une semaine, puis un seul la semaine d'après. Il n'y a plus d'obligation de tous les diffuser chaque jour, mais dans les quinze jours. Le choix des sujets des dossiers se fait au siège, il y a peu de demandes des régions pour traiter telle ou telle thématique. Une prévi est organisée chaque jeudi avec les red chefs régionaux. Ça peut être l'occasion de faire des propositions ou des requêtes. Dans certaines régions, des équipes se plaignent de faire moins de dossiers car il n'y a plus de place pour les diffuser. Léo Lambertson répond que dans d'autres régions, ça permet de libérer du temps pour de la prépa ou faire des reportages en immersion qui demandent plus de temps de tournage. Il cite Lille qui a pu faire un tournage d'une semaine en Angleterre. Ce cas reste à nos yeux isolé. Les grosses régions avec beaucoup de journalistes dans les effectifs peuvent profiter de cette souplesse, mais pas la plupart des autres. Et on verra si les restrictions budgétaires de 2025 ne vont pas aussi réduire encore cette souplesse.

Pour les dossiers du week-end, ils arrivent PAD le vendredi et des régions les diffusent dès le vendredi soir. La commission a redit que certains étaient trop longs et que ça a pu engendrer des charcutages, ce qui n'est pas acceptable. Idem pour les rubriques « *Ici en France* » diffusées pendant les vacances scolaires.

Coté fabrication et technique, des problèmes perdurent avec ce qui arrive du siège. Pour les synthés, bien qu'ils arrivent en Template, il y a souvent des erreurs à corriger par les scriptes. Parfois sur des détails comme le nombre de lignes, les lieux. Il est nécessaire d'obtenir plus de rigueur et d'envoyer en région une fois que c'est sans erreur. Ce sont des assistantes de rédaction qui remplissent les synthés à Paris, et pas des scriptes. Il y a encore beaucoup de versionings. La commission s'étonne que des sujets soit envoyés avant d'être validés, d'où des V2 ou des V3 après une nouvelle validation au siège. Léo Lambertson s'est dit conscient du problème, mais depuis cette réunion du 3 décembre, il y a toujours de trop nombreuses versions. Surtout dans les offs et les titres. Les offs sont fabriqués par

des chargés d'édition pour une diffusion sur F2 et F3. Et la 2 demande souvent de les refaire, d'où ces multiples versions. Ça perdure aujourd'hui.

La communication avec les régions n'est toujours pas fluide. Il y a les échanges par mail, les échanges par Teams et en dernier recours, les échanges vocaux dans les ordres en cas d'urgence. Et les alertes dans OpenMedia. Aucune région ne récupère les infos de la même manière, et parfois dans une même région, les usages diffèrent selon les collègues pour suivre les évolutions des alertes, donc il n'est pas question de supprimer un des canaux de diffusion.

Editorialement, la commission regrette qu'il y ait trop de sujets politiques, et trop de sujets pro-gouvernement. On retrouve les mêmes sujets qu'on voit sur F2 ou sur France info. Pourquoi ne pas faire un pas de côté dans cette édition pour aborder des sujets nationaux ou internationaux différents de ce qu'on voit ailleurs. C'était pendant des années la particularité des JTN de France 3. On diffuse également beaucoup trop de desks insipides. Il n'y a pas à Paris d'équipes de reportages dédiées aux éditions régionales. Six rédacteurs sont planifiés chaque jour pour les sujets destinés aux JTR.

Il n'y a pas de solution pour faire des directs. Donc on continue avec des plateaux enregistrés qui sont forcément décalés, et qui risquent d'être dépassés quand les infos évoluent pendant l'édition. Sur les directs, il n'y a pas de perspectives d'évolution, ce serait trop compliqué techniquement. Ils sont donc réservés à la 2 et à France Info. C'est regrettable étant donné que les red chefs de BRI régionaux demandent de plus en plus de directs en région. Les séquences « tactile » ont, elles, pratiquement disparu.

Pour lesancements, ils sont faits par le red chef de permanence sur les éditions. La commission a rapporté des soucis sur l'écriture. Léo Lambertton précise que c'est plus un contexte qu'un lancement écrit. Ils sont censés être disponibles dans OpenMedia à 10h30 pour le 12/13 et 17h pour le soir.

A la fin, les membres ont demandé s'il y avait une réflexion sur les locales, diffusées juste avant les nouvelles éditions. Il n'y a pas de réflexion engagée.

## **Point 2 : Le numérique : ligne édito, moyens et objectifs demandés par antenne, mission des CEN**

Delphine Vialanet s'est félicitée du succès de l'info des régions de F3 sur le web. Toujours hébergée sur l'URL de [francetvinfo.fr](http://francetvinfo.fr), elle y occupe plus d'un tiers du trafic. Elle est donc stratégique pour l'entreprise. Il est essentiel que les contenus des régions continuent d'être publiés par FTV.

En octobre, on était à 2,5 millions de visites par jour avec 95% sur les smartphones. L'essentiel du trafic est généré via Google et Discover sur Android (81% le 2 décembre par exemple), et par les réseaux sociaux. Nous sommes présents sur Facebook, Instagram, Tik-Tok et X. Nous sommes donc totalement dépendants des algorithmes et de leurs évolutions. FTV a des conventions avec tous ces acteurs, sauf X. D. Vialanet précise qu'on n'arrive pas à avoir des interlocuteurs

avec X, et que ce n'est pas tenable. Le maintien de notre présence sur ce réseau, qui dérive clairement vers l'extrême droite, ne peut plus continuer. La question pourra aussi se poser pour les réseaux Meta depuis que Zuckerberg a décidé de diminuer la modération sur ses plates-formes.

La ligne éditoriale du numérique s'est stabilisée après des années d'orientations contradictoires. Il y a chaque semaine des visios entre la coordination et les adjoints chargés du web. Les consignes sont :

- Raconter les territoires, au plus proche des habitants grâce aux vidéos tournées sur place
- Raconter des histoires de femmes et d'hommes
- Angler les articles sur le temps 2, le rebond, le «pas de côté», l'analyse, les témoignages et les portraits
- Les événements avec la création de pages spéciales et de lives : sportifs, culturels ou liés à l'actualité (élections, phénomènes climatiques, temps forts...)
- Des articles enrichis par des datas
- Des articles de mise en avant des programmes

Mais sur le numérique, les attentes du public peuvent évoluer subitement. Avec la même exigence. Et avec les distributeurs qui changent de méthode pour les algorithmes. Le travail sur le référencement doit être actualisé en permanence, avec une formation constante des CEN et des contributeurs. Les experts SEO (Search Engine Optimization) ont sillonné les régions pour former les collègues du web. Les membres de la commission ont signalé des changements de titre des articles sans que l'auteur soit prévenu ou consulté. Ce qui n'est pas acceptable. Ils regrettent également que le lieu soit volontairement oublié dans des titres, pour des raisons de référencement. Là aussi, c'est contraire aux fondamentaux du journalisme avec les 5W. Il est regrettable de devoir se soumettre aux exigences des algorithmes. D. Vialanet répond que la ligne éditoriale est la proximité à trois entrées (territoriale, de cœur, centre d'intérêt). Et que les internautes arrivent sur notre page Facebook par scrolling ou par hasard, et pas forcément par recherche.

La commission a une nouvelle fois demandé une identification claire des publications de journalistes, distincte de celles des programmes ou de la communication. Cliquer sur l'auteur pour voir sa fonction n'est pas une solution, car personne ne le fait, et ce n'est pas forcément renseigné pour tous les contributeurs. Après des années de sollicitations, la direction ignore toujours cette demande. D. Vialanet répond qu'on est locataire de FI, et qu'on n'a pas la main. C'est la direction du numérique qui a la main. Donc on subit. Et c'est vraiment problématique.

Concernant les publications quotidiennes des articles sur le site [francebleu.fr](https://francebleu.fr), ça a commencé le 15 octobre. Ce sont des articles écrits par la coordination numérique à partir des reportages des locales. Il y en a dix par jour en semaine, et cinq durant les week-ends et les vacances. Questionnée sur la pertinence de publier chez une autre entreprise, D. Vialanet répond que c'est un engagement de

la PDG. On fait donc du chiffre. Les articles ne sont que de la transcription des commentaires des reportages, avec la vidéo publiée sur YouTube. Ils sont signés France 3 régions. Depuis janvier, Pascale Lagorce a fait demander aux journalistes des locales s'ils acceptent d'être cités dans les articles. Avant, ils n'avaient pas été mis au courant que leur travail était publié à Radio-France.

Concernant les effectifs dans les services web, ça reste disparate selon les régions. La norme selon la direction est :

- un coordinateur régional
- un RCA numérique par antenne 7j/7
- un CEN par antenne
- trois journalistes numériques par jour en semaine / 1 ou 2 le week-end

Dans les faits, les effectifs dépendent des moyens humains des antennes, et des ambitions locales pour garnir les tableaux de service des équipes web. La répartition dépend du directeur régional. Très peu de régions ont un RCA pour le numérique le week-end. C'est celui sur les JT qui doit valider les articles. C'est une charge de travail en plus. Une photographie globale est en cours pour répertorier les potentiels de l'environnement numérique de chaque antenne pour avoir un socle commun. Il y a des différences qui existent et qui seront conservées. Les coordinateurs sont chargés de faire ce recensement. Le web reste une affaire de spécialistes pour certains qui ne font que ça, quand d'autres alternent entre le web et la télé. Et sur le numérique, certains ne sortent jamais quand d'autres n'imaginent pas faire des articles sans aller sur le terrain.

Il est important de lutter contre le manque d'appétence pour le numérique. Il n'y a pas de reconnaissance de la pratique du numérique. D. Vialanet regrette qu'il y ait encore beaucoup de gens qui ne sont pas formés et dit qu'il faut acculturer les rédactions. Elle ajoute qu'il faut que l'on garde la place acquise en pointant le danger des algorithmes qui peuvent nous balayer du jour au lendemain. La formation est donc essentielle. Donc les moyens pour former doivent suivre. Cette formation doit aussi concerner les contributeurs actuels car il faudrait maîtriser tous les moyens différents de faire des articles ou des sujets sur le web et sur les réseaux. Nous devons être à la hauteur car aujourd'hui, des youtubeurs ou influenceurs font des choses de très bonne qualité. Et une fois formé, il faut avoir la possibilité de pratiquer, pas évident quand on alterne entre télé et web ou quand les sujets demandés ne s'y prêtent pas. Par exemple avec les formations data qui ne sont pas mises en pratique rapidement. Quand ce n'est pas le cas, c'est de l'argent gaspillé, et de la perte de compétence pure et simple.

Concernant les CEN, là aussi, il n'y a pas d'homogénéité selon les antennes. Ils n'ont pas tous les mêmes activités, même s'ils ont normalement les mêmes missions. Les différences s'expliquent par leur métier d'origine, leurs aspirations, et les demandes de leur hiérarchie dans les antennes. Ils doivent tous maîtriser le référencement et assister les collègues dans ce domaine. Certains utilisent des UTN pour faire des modules, ce qui est contraire aux accords. Delphine Vialanet et la direction l'interprètent différemment. Elle dit que personne ne lui a dit

d'arrêter cette pratique et en ce qui la concerne elle n'y voit aucun inconvénient. Des formations sont même dispensées à l'UFTV pour tourner seul de l'incarné.

Elle finit par faire le distinguo entre actu froide (CEN) et actu chaude (journaliste) avec des explications très peu convaincantes, sur les modules tournés avec l'UTS/N.

Elle s'en remet à la réunion avec les OS prévue le 27 janvier sur l'utilisation des UTN et UTS.

La commission a également souligné qu'il faut être attentif aux collègues qui sortent seuls, et qui n'ont jamais travaillé en extérieur. Surtout chez ceux qui débutent. Il y a un aspect santé et prévention des risques qu'il faut cadrer.

### **Point 3 : Rapprochement et collaborations avec France Bleu (programmes et numérique)**

Les diffusions des matinales de France Bleu se poursuivent. Avec Châteauroux en octobre dernier, on arrive à 37. Les prochaines en 2025 seront Auxerre en février, Reims en mars et Armorique en septembre. Il en restera quatre en 2026 (Nîmes, Clermont, Metz et Nancy) pour atteindre la totalité des 44 locales de Radio-France. A l'origine, tout devait être en place fin 2024, mais il y a eu la crise sanitaire et des difficultés techniques dans certaines régions. Il y a aussi des déménagements qui ont perturbé le calendrier. Clermont cherche des nouveaux locaux et Armorique doit emménager chez nous en avril, très en retard par rapport au calendrier initial.

Depuis septembre, la prise d'antenne commence à 6h30. La mise en images est assurée par un éditeur à FB, dont les conditions sociales sont indignes du service public. La direction rejette la responsabilité sur son homologue de la radio. Il a été demandé à des monteurs dans les BRI de fournir des éléments pour habiller les matinales de France Bleu, ce qui a été justement refusé dans certaines antennes. Il n'y a aucun lien éditorial entre la radio et la télé, ce qui est logique, mais qui amène parfois à des aberrations, quand par exemple la radio fait la promotion de programmes de TF1, comme la *Star'Ac*, ou *M6 pour l'Amour est dans le pré*.

Pour les autres programmes communs, il n'y a que l'émission « *C'est bien ici* », diffusé dans les Hauts-de-France le dimanche à 13h, qui est récurrente. Elle est coordonnée par un conseiller programmes de F3 et enregistrée par l'équipe technique de F3 Lille. Il n'y a pas d'autres projets communs.

Concernant les PAE communes, il y en a beaucoup moins. Xavier Riboulet explique qu'on n'a pas les mêmes exigences éditoriales et les mêmes contraintes techniques. Les PAE n'ont aussi pas le même coût pour les deux entreprises. Chez nous, ça coûte beaucoup plus d'ETP. Il ajoute que France Bleu était plus concentré sur les audiences que sur les projets communs. Il y a aussi des différences dans les relations localement. Avec parfois des relations compliquées comme en Alsace où X. Riboulet indique que c'est totalement fermé. Il ajoute que la tutelle surveille ces collaborations et a fixé des objectifs, et qu'il s'attelle donc à faire passer les tensions.

Les membres de la commission ont regretté que dans certaines régions comme en BFC, les PAE soient initiées par FB, et nous devons donc subir à l'image les micros avec leurs grosses bonnettes. On ne devrait pas abaisser nos exigences. X. Riboulet justifie également les PAE communes en indiquant que ça peut permettre d'éjecter des concurrents, comme BFM sur la Foire du Livre de Brive. Il dit que ça permet d'attirer des invités qui sont diffusés de fait à la radio et à la télé. Il ressort de ces échanges et des remontées de terrain que personne en région ne court pour faire ces programmes communs. Il n'y a d'ailleurs aucune raison objective pour en faire, mise à part les injonctions de la tutelle, relayées par la PDG et quelques directeurs zélés.

Concernant la marque ICI, la commission a redit son refus de ce choix. Et elle a eu droit aux justifications injustifiables sur la pertinence de ce label de proximité du service public. Pourquoi avoir adopté ce label en novembre alors que la radio changeait de nom en janvier ? C'est une décision de la PDG. Quel était l'intérêt ? Pas de réponse. Une campagne de communication est prévue pour janvier, financée à 50/50 par RF et FTV. Mais le montant n'a pas été révélé. Elle se fera sur deux périodes de quinze jours en janvier et février. Le slogan est « *ICI, le media qui vit comme nous, ici* ».

Pour la radio, elle a abandonné le nom « France Bleu » pour adopter « ICI ». Un changement martelé sur leurs antennes durant des semaines. Pour nous le déploiement de la marque se fera par l'identification, la communication externe, l'affichage... Mais en restant Ici sur France 3. Franchement, personne n'a envie d'adopter cette nouvelle marque. Et il y a de quoi rendre zinzin celui qui veut trouver une cohérence. Par exemple pour quelqu'un d'Haguenau : il voit *Ici* sur les créneaux régionaux TV, *France 3 Grand Est* pour les créneaux nationaux TV / [francetvinfo.fr](http://francetvinfo.fr) pour le site internet/ et France 3 Alsace pour les réseaux sociaux. C'est ubuesque. Xavier Riboulet en convient.

La commission est revenue avec Xavier Riboulet sur la publication d'articles des locales sur l'URL de [francebleu.fr](http://francebleu.fr). Il redit qu'il porte une décision de la PDG. Il y a déjà plus de 500 articles publiés. Un bilan sera fait prochainement pour voir si ça fonctionne. Il a été demandé de publier aux carrefours d'audience.

Aujourd'hui, Radio-France a racheté l'adresse [ici.fr](http://ici.fr), qui reste encore sous l'url [francebleu.fr](http://francebleu.fr). Dès le mois de mars, le site Ici sera hébergé par l'url [ici.fr](http://ici.fr) et non plus [francebleu.fr](http://francebleu.fr). Ce sera l'unique site de France bleu. Il est en fait détenu par le GIE, donc à 50/50 par FTV et RF. Et après, continuerons-nous sur celui de francetvinfo ? Il serait incompréhensible que les articles des régions de F3 soient publiés à l'avenir uniquement chez [ici.fr](http://ici.fr). Nous n'avons pas de réponse claire sur ce sujet. Pour l'instant, on continue à publier avec l'outil PIC qui permet d'"embedder" nos vidéos sans passer par YouTube, ce qui est obligatoire chez RF. Et si on publie sur les deux sites, Google ne nous reconnaît plus.

Il est essentiel que la direction dise ce qu'elle compte faire pour nos publications à l'avenir.

## **Point 4 : Emissions d'antenne et PAE**

L'essentiel des PAE concernait le sport en 2024. Il y en a eu 121, essentiellement du cyclisme et du basket. Le chiffre est en baisse par rapport aux années précédentes. On en avait 150 en 2022 et 146 en 2021. Beaucoup sont produites avec des moyens externes et quelques-unes avec le VPTL ou des régies fly dont disposent certaines antennes.

Il y a eu 38 retransmissions en direct pour le vélo, dont 12 manches de la coupe de France, en partenariat avec la ligue. Un nouveau contrat est en cours de négociation pour poursuivre en 2025.

En basket, 22 matches ont été retransmis, essentiellement en ProB. Le basket féminin reste très faible avec seulement deux matches couverts. Il serait bon d'augmenter la part du sport féminin sur nos antennes. Un magazine sur le basket est diffusé sur NoA car il semble qu'il y a un public qui est en attente.

Les meilleures audiences sont pour l'Enduro du Touquet avec 230 000 téléspectateurs, soit 18,5% de PdA dans la région de diffusion. La case faisait 8,8% dans le reste du pays. Malgré ce succès d'audience, constant pour cette course depuis des décennies, une réflexion est menée dans le réseau sur l'opportunité d'une course qui vénère le pétrole dans un milieu naturel.

Moins polluant, le vélo fait aussi recette avec 16,5% pour la Route Adélie en Bretagne et 17,5% pour une étape des 4 jours de Dunkerque.

Toujours en cyclisme, des membres de la commission se sont étonné et indigné d'apprendre qu'une émission sur le cyclisme portée par F3 Nouvelle Aquitaine était réalisée pour le réseau, présenté par Marion Rousse. Ils l'ont appris sur le compte Instagram de la commentatrice du Tour de France. Olivier Daube n'avait même pas prévu d'en parler lors de cette réunion de commission. Contraint, il a donc expliqué qu'il y a donc une nouvelle émission de 26 minutes, « *La vie à vélo* », qui sera diffusé à partir du 1<sup>er</sup> février le samedi à 13h en Nouvelle Aquitaine, Auvergne-Rhône-Alpes, Bretagne, Grand Est et Provence-Alpes-Côte d'Azur. Dix numéros sont prévus et cinq étaient déjà tournés.

C'est une production de F3 NA, mais une prod exécutive de Grand Angle Productions. Encore une émission qui échappe aux équipes du réseau ! Et la post-prod passe par la Fabrique. Pourquoi ce n'est pas fait en interne ? Car dans le même temps, il y a eu l'arrêt de Cap Sud-Ouest dans cette région.

Le recours de plus en plus important aux producteurs externes diminue encore davantage ce qu'il reste de la fabrication en interne. Les équipes du réseau sont exclues des tournages en extérieur. Ça engendre des phénomènes de bore-out et des risques psycho-sociaux. La direction le sait puisqu'on le dénonce depuis des années. Mais elle préfère financer des boîtes privées qui sont peu regardantes sur le droit du travail. En Normandie par exemple, des feuilles de service d'un producteur externe affichait pour des intermittents des horaires avec des amplitudes allant de 7h à 1h le lendemain ! Totalement en dehors des clous. Mais la direction préfère regarder ailleurs...

## **Conclusion**

Les dernières décisions stratégiques concernant les programmes du réseau ont été prises contre l'avis du CSE et des salariés des antennes régionales. Notre entreprise obéit à des injonctions de ministres, relayées par la PDG. Tempo, la marque ICI et ses déclinaisons sont des projets imposés, avec pour affichage de promouvoir les programmes régionaux. Dans les faits, la commission constate encore un affaiblissement de la production régionale, avec une externalisation en constante progression des moyens de fabrication. Mettre le logo ICI à l'écran de 6h30 à 14h ne donne pas plus de travail dans les antennes pour fabriquer des programmes.

La baisse annoncée des ETP, et l'incertitude sur l'avenir du réseau dans le projet de réforme de l'audiovisuel public engendrent des inquiétudes. Le rapprochement avec France Bleu n'est toujours pas clair, et personne n'est pressé pour qu'il avance.