

## COMMISSION DE DEONTOLOGIE EXTRAORDINAIRE

### SPECIALE NUMERIQUE RÉGIONAL

**Présents pour la direction :** Benoît Roux (Snj- France 3 Toulouse), Anne Guillé (Snj - France 2), Marc Taubert (Snj- France 3 Paris IDF), Yvonne Roherig (CFDT - France 3 Strasbourg), Cécile Poure (CFDT-France 3 Strasbourg), Mayelen Villaverde (CFDT France 3 Bretagne) Pierre Erik Cally (FO - France 3 Pays de la Loire), Teddy Caruel (FO -France 3 Reims), Eric Vial (FO- France 3 Strasbourg), François Badaire (SNJ-CGT Rédaction nationale), Hubert Liao (SNJ-CGT-Outre Mer), Guillaume Le Gouic (SNJ-CGT France 3 Ile de France).

**Direction :** Pascale Lagorce (Coordinatrice numérique régionale), Delphine Vialanet (directrice numérique réseau régional), Pascal Doucet Bon (président), Marion Ardi (direction numérique)

La réunion de cette commission extraordinaire a débuté par l'annonce de plusieurs changements sur les sites régionaux. Sur la page de chaque site, les articles en partenariats ainsi que les articles de promotion de programmes seront différenciés. « Elles ne seront plus dans le flux de l'actualité et seront intégrées dans une catégorie « à l'antenne ou sur les antennes » et articles sur les partenariats avec Partenariats. Intitulé « Contenu produit dans le cadre d'un partenariat », mais en tout petit, comme si l'on voulait se cacher encore. L'article sera intégré dans une zone grisée. Le chapô rappellera que c'est un article de partenariat. Enfin, « A la Une » regroupera les articles d'actualité. On n'identifie toujours pas clairement que c'est de l'information.

La mise en place de ces nouveautés aura lieu au cours du second trimestre 2025. Un délai beaucoup trop long. Les organisations syndicales demandent cette différenciation depuis des années...

Quid des communications de la direction ? Pas de catégorie spécifique. Ce que nous déplorons. L'exemple de Strasbourg, où la direction locale vante les bienfaits de la disparition du logo France 3 par « Ici » est à ce point édifiant et n'a pas été différencié ou annoncé. La direction annonce que la façon d'identifier ses propres communications est à l'étude : pour combien de temps ?

Autre annonce : l'URL [francetvinfo.fr](http://francetvinfo.fr) est -enfin- basculé vers [franceinfo.fr](http://franceinfo.fr)

## Signature des auteurs

Concernant la signature avec la fonction de l'auteur tout de suite, dans le slug de l'article : pour l'instant, c'est non. La direction indique que les autres sites européens du service public ne l'indiquent pas. Alors pourquoi faire mieux, estime le président de la commission ? Le lien cliquable avec la bio de l'auteur est selon lui la pratique mondiale.

Mais à condition que cette biographie soit remplie. Beaucoup d'auteurs n'en ont même pas. On ne sait pas dans quel service ils travaillent. La direction affirme qu'elle continue de travailler sur le sujet pour que les bios bien soient renseignés.

Au sujet des signatures de France 3 régions sur le site ICI (commun avec France Bleu) et la réutilisation des reportages de locales excentrées : la direction explique que tous les jours, une liste est envoyée aux rédacteurs en chef numérique des régions pour leur communiquer la liste des articles qui seront publiés sur ce site.

La direction précise que les articles sont rédigés à partir du PAD. Rien n'est ajouté. Le sujet titré est en lien dans le corps de l'article.

Sur la signature, la direction a demandé aux journalistes des locales s'ils étaient d'accord qu'on mette leur nom ou pas. Sur 18 locales qui ont répondu, 5 ont donné leur accord : Nîmes, Le Mans, Littoral, Metz, Brest. Le Havre n'a pas répondu. Les autres ont dit non. Ils ne veulent pas être cités parce qu'ils n'ont pas écrit l'article. Pour le président de la commission, c'est un droit. Un journaliste peut ne pas signer.

## Absence de signature sur les réseaux sociaux (Instagram, par exemple).

Les auteurs d'une vidéo 16/9e doivent être identifiés. Donc, diffusion de la version titrée. Le problème se pose pour le 9/16e. Il faudra le faire. C'est à l'étude, répond la direction. Un travail est engagé avec France info. Une charte devrait être rédigée dans le but d'harmoniser les signatures. La direction indique qu'elle n'a pas de date à donner pour la mise en place de cette charte. « On y travaille. Mais la direction numérique de FTV est une grosse machine. Lourde à bouger... », explique Delphine Vialanet.

## Qui décide du remontage de sujets sur les réseaux sociaux et comment ?

Au niveau national, il s'agit du service des réseaux sociaux, avec une hiérarchie, un rédacteur en chef et un adjoint. Ce service est en train de s'étoffer, en l'absence de ces derniers, c'est la hiérarchie Franceinfo.fr qui prend le relais. Pour le national, la cellule est à l'intérieur de France Info.

Pour le réseau France 3, ce n'est pas la même organisation. Sur la question du choix des séquences : cela revient chaque matin au coordinateur régional ou au rédacteur en chef numérique. On informe à minima les auteurs. La direction affirme qu'on sollicite l'équipe de reportage pour s'assurer que l'information est toujours d'actualité. Pourtant, on constate un

manque de communication dans de nombreuses antennes. A Toulouse et à Nantes notamment.

## Qui publie quoi ? Qui fait quoi entre les journalistes et les chargés d'édition numérique (CEN) ?

Quel va être le rôle exact des chefs de projets numériques (ex-CEN) ? Quelle autorité auront-ils pour faire modifier des articles rédigés par des journalistes ? De l'organisation découle la bonne (ou mauvaise) application de la déontologie. La direction répond qu'ils/elles travaillent pour l'édition numérique. Ils peuvent se charger de modifier un titre pour un meilleur référencement sur les moteurs de recherche.

Actuellement, six (ex-CEN) ont été nommés chef de projet dans le réseau (Occitane, Auvergne Rhône Alpes, Centre Val de Loire, Grand Est). Ils travaillent sur la conduite de projets transversaux. La direction indique travailler à l'identification de projets. Exemples : proposition de nouvelles chartes pour les vidéos (projets transversaux) ou mieux gérer les actualités en direct sur le numérique et la TV.

Un point a été fait sur les alternants. La direction rappelle qu'ils sont encadrés par un tuteur ou un binôme composé d'un journaliste et d'un encadrant. Seuls les tuteurs ou la hiérarchie sont en mesure de dire si oui ou non, ils peuvent écrire un article seul.

## Coordinateurs régionaux

La direction rappelle qu'ils n'ont pas de lien hiérarchique avec la rédaction. « *C'est juste un lien fonctionnel. Ils ne sont pas chargés du rapprochement entre France Bleu et France 3.* »

Sur 12 coordinateurs, 10 sont journalistes. Ils dirigent les CEN et chefs de projets. Ceux qui ne sont pas journalistes ne valident pas les articles écrits par des journalistes. Ce sont les RCA numériques qui le font. Ceux qui sont journalistes peuvent être amenés à le faire, bien qu'il n'y ait pas de lien hiérarchique. Les coordinateurs sont chargés de coordonner la politique numérique du réseau.

## Exemples d'atteinte à la déontologie

Une JRI a réalisé des images complémentaires avec une UTS. Les images montrent la journaliste embarquée sur un manège. Les images, avec son accord, ont été publiées sur les réseaux sociaux. Sauf que le résultat tourne la journaliste en ridicule. Notamment le fait que l'on garde ses gros mots dans cette vidéo. Il aurait fallu lui montrer avant publication ce qui n'a pas été fait. La direction indique que cette vidéo a eu une très grande audience. En tournant en ridicule une salariée !

De nombreux articles sur des documentaires diffusés à l'antenne laissent croire que celui qui l'a rédigé « y était ». En réalité, l'auteur n'a rencontré personne. C'est un article promotionnel du documentaire diffusé sur une antenne.

La direction précise que désormais ce type d'article sera intégré dans la rubrique « Sur nos antennes ». L'article est validé par le RCA numérique.

## **Contenu journalistes ou communication : quelle politique sur les réseaux sociaux ?**

Puisqu'il existe un seul compte par antenne, il n'y a pas de distinguo sur les réseaux sociaux. La direction envisage des publications par thématique et par antenne géographique. A l'image du national avec une page culture, sports, etc. Le travail est en cours pour identifier la catégorie sur les réseaux sociaux.

Au sujet des republications d'articles : un travail va être mené via des ateliers sur la stratégie de republication. Une première réunion va être organisée en janvier 2025. A l'issue des ateliers, nous aurons un process harmonisé, précise la direction.

**Intelligence artificielle** : la direction indique qu'une charte sur le sujet va être présentée prochainement.

**Echobox (logiciel)** : ce logiciel est configuré par chaque région. Il permet la publication automatique d'articles sur les réseaux sociaux à certaines périodes de la journée. Plutôt en période creuse. Pas de proposition de titre. Donc pas d'intelligence artificielle.

**Réseau social X** : départ de France télévisions ? Une réflexion toujours en cours... La direction n'a pas de nouvelles infos à donner...

**Partage des contenus sur les réseaux sociaux** : Il n'y a pas d'interdiction de publier un contenu diffusé sur un compte pro ou perso, à partir du moment où c'est l'url qui est partagé, et pas le contenu natif. Fidèle à sa charte sur les réseaux sociaux, la direction ne fait pas de distinction entre comptes pro et comptes perso, eu égard à la notoriété. Ce qui est contesté par la plupart des organisations syndicales.

Paris, le 29 janvier 2025