



## Réseau France 3

# Internet : 10 ans de travail jeté aux oubliettes



C'est un changement discret survenu dans la nuit du 13 au 14 mai. L'URL de nos sites internet a été modifiée, passant de <https://www.francetvinfo.fr/> à <https://www.franceinfo.fr/>, sans annonce officielle auprès des salariés et des élus, que ce soit en CSE central ou en CSE du réseau régional de France 3, sans aucune étude d'impact connue. Cette absence de communication auprès des salariés est incompréhensible et très mal vécue.

## Des répercussions considérables

Sur internet, le moindre changement vient modifier l'ensemble du référencement géré par les puissants algorithmes. En l'occurrence, selon les premiers retours, la fréquentation de nos sites d'information a brusquement chuté. La direction n'a pas encore communiqué de chiffres, mais il semblerait que la baisse atteigne les deux tiers de notre audience sur internet, 70 % selon un message (effacé depuis) publié sur la boucle des responsables du numérique.

Pour compenser, les équipes ont reçu la consigne de publier, publier, publier, afin d'endiguer la chute et de remonter dans les radars des outils de référencement. Mais également d'attendre pour diffuser nos meilleurs articles. Ainsi, des informations exclusives passent aujourd'hui inaperçues, alors qu'elles auraient fait 50.000 vues sur l'ancienne URL. C'est un travail collectif qui se retrouve soudain invisibilisé et dégradé, avec cette consigne de publier des articles à la chaîne, sans égards pour la qualité... voire même en évitant la qualité !

Pour les équipes qui s'investissent sur nos sites internet, c'est une catastrophe. Cela faisait 10 ans que dans toutes les antennes, tout le monde travaillait pour publier régulièrement, partager nos contenus, réaliser des émissions spécialement pour le numérique, proposer des contenus enrichis de qualité. Cela avait permis de faire progresser notre référencement, jusqu'à devenir numéro un sur le numérique, devant la plateforme de TF1, par exemple.

Alors qu'en 2013 nos articles faisaient quelques dizaines de vues, la visibilité quotidienne d'un article ou d'un contenu est passée à plusieurs milliers, voire plusieurs dizaines de milliers de visiteurs uniques.

## La direction passe en force, les audiences chutent et les salariés trinquent

Le changement d'URL marque donc un retour en arrière, et la crainte pour ces équipes de devoir tout recommencer. La frustration de travailler, à nouveau, pour quelques vues. Pourquoi ne pas avoir attendu une période d'activité basse pour opérer cette bascule ? A ce moment de l'année c'est suicidaire. Ce changement d'URL révèle surtout une faiblesse stratégique majeure : nos

articles n'ont jamais été hébergés sur les sites de France 3, ils servent de produit d'appel pour franceinfo.

Des salariés nous ont confié leur sentiment d'avoir perdu le sens de leur travail, voire leur sommeil. Ils sont en colère et en plein désarroi depuis le 14 mai.

Cette décision est d'autant plus grave que la PDG vient d'être reconduite sur un projet qui dit mettre en avant la stratégie autour du numérique.

## Une marque ne défend pas le service public

La disparition des deux lettres « tv » de francetvinfo.fr, constitue un pas majeur vers la fusion des infrastructures numériques de Radio-France et de France Télévisions, dans une logique de rapprochements structurel, au détriment de nos audiences. Comme les évolutions de nos JT régionaux, comme la disparition des éditions nationales, comme l'effacement des noms France 3, France 2, France 4, et France 5 au profit des marques "ICI" ou "France.TV".

Une fois de plus, les élus constatent que cette évolution – sournoise – semble aller dans le sens d'un projet caché de filialisation et/ou de fusion entre télévision et radio. La CGT demande à la direction de révéler ses projets véritables et de cesser d'avancer masquée à coup de petits pas qui font de gros dégâts.

Ce changement d'URL est une nouvelle violence sociale que subissent à la fois les salariés, mais également notre outil de travail, nos chaînes et nos contenus dont la pérennité n'a jamais été aussi menacée par les coupes budgétaires, le projet de loi sur une holding, mais également par l'extrême-droite qui n'hésitera pas à jouer de cette baisse de nos audiences pour demander la fermeture de l'audiovisuel public.

Paris, le 23 mai 2025