



U.C.S.A. cgt

Comité de groupe du 17 juillet 2014

Présent(e)s pour la CGT:

Marc Chauvelot (PNE), William Maunier (PNE), Johny Payet (Réunion 1ère), Thierry Vertueux (Guyane 1ère), Rose Nathalie Angue Ndong (FTP).

Présent(e)s pour la direction:

Rémy Pflimlin, Fabrice Lacroix, Patrice Papet, Céline Lemoine, Benjamin Maurice et les responsables des 3 grandes filiales commerciales, Yann Chapelon et Aurélie Gaille (FTD), Christian Vion (MFP), Daniel Saada et Priscille Ducomet (FTP).

Philippe Maréchal, directeur de l'audit interne.



Situation générale du groupe FTV, résultats et perspectives	2
Situation économique du groupe FTV: Exécution budgétaire 2013 et 2014	2
Désignation de l'expert comptable pour l'analyse des comptes du groupe FTV	3
FTD, bilan d'action, stratégie, résultats et perspectives	3
MFP, bilan d'action, stratégie, résultats et perspectives	3
FTP, bilan d'action, stratégie, résultats et perspectives	4
Information sur les contrats de prestation passés par les filiales du groupe avec Bygmalion	4



Un comité de groupe plutôt studieux avec au cœur des débats le financement et la stratégie du groupe public. La CGT a insisté d'entrée sur les nouvelles amputations budgétaires annoncées par le gouvernement.

MM. Pflimlin et Lacroix ont déclaré que la lettre ouverte de 2 syndicats (Cgc-Cfdt) demandant un audit des comptes de FTV avait eu un effet désastreux. Prétendre ainsi que la gabegie régnerait à tous les étages de FTV aura donné un très bon prétexte aux parlementaires pour amputer nos ressources. C'est en tout cas un très mauvais coup porté à FTV et à ses salariés dans le contexte de recherche d'économies tous azimuts du gouvernement.

Pour autant Rémy Pflimlin a beau prétendre qu'il vaut mieux compter sur la redevance (ressource stable) que sur une dotation de compensation précaire, on sait parfaitement qu'une augmentation de la redevance susceptible de compenser la dotation n'est pas pour demain. La question du panachage des ressources et du rétablissement de la publicité en soirée est donc pleinement d'actualité.

Pour le PDG, les ponctions sont générales sur les services publics européens. Le seul pays qui y échappe est l'Allemagne, grâce à la réforme de la redevance qui a élargi son assiette qui rapporte 1 milliard d'euros en plus par an. Seul hic pour l'ARD-ZDF, la télévision publique allemande s'est vue

interdire tout développement commercial sur le Web pour ne pas faire d'ombre au privé. Le monde est mal fait. La télévision publique allemande se voit octroyer des

moyens supplémentaires mais avec des objectifs amputés tandis que France télévisions dont les objectifs sont augmentés voit ses moyens diminués.

Situation générale du groupe FTV, résultats et perspectives

Dans son tour d'horizon de la situation du groupe, M. Pflimlin affirme que FTV a globalement respecté l'exécution du COM et du cahier des charges en 2013.

La régie publicitaire fait un bon travail dans un contexte toujours aussi difficile.

A propos du numérique, M. Pflimlin annonce qu'on est en train de gagner des parts de marché, notamment sur le VOD, le streaming et le replay. Selon lui France télévisions est en train de se positionner comme un futur leader de l'offre numérique. Dans 3 ans, le chiffre d'affaires sur le digital dépassera celui de la télévision. Il faudra être prêt pour répondre aux sollicitations du marché.

Le plan de Départs Volontaires (PDV) sur FTV

a commencé. Il est conforme à la prévision selon M. Papet. Plus de 400 demandes ont déjà été enregistrées, surtout pour des départs en retraite, et l'ensemble devrait tenir dans l'enveloppe prévue.

La chaîne Gulli a été revendu à Lagardère. L'opération aura rapporté entre 23 et 25 M€ à FTV, ce qui nous semble peu au regard de la valeur de la chaîne.

A propos de l'internalisation des activités de production et de la révision des décrets Tasca, M. Lacroix rappelle qu'un débat est en cours suite aux rapports Plancade et Vallet auxquels la CGT a contribué. Il soutient toutefois que la capacité à acquérir des recettes ne sera pas immédiate (pas avant 2016, 2017).

Situation économique du groupe FTV : Exécution budgétaire 2013 et 2014

Sur 2014 on est dans les clous avec quand même un retard sur la publicité d'environ 7 M€.

Sur 2013 Fabrice Lacroix expose les comptes approuvés par le conseil d'administration.

Le déficit prévisionnel au budget 2013 était de 132 M€ (comportant 89 M€ liés aux coûts de restructuration et à la provision pour litiges juridique) aura été finalement limité en raison d'un ensemble d'économies dans la plupart des secteurs

- 5 M€ sur l'info et le sport*
- 7 M€ sur le programme national liés à la renégociation des contrats suite aux audits de production menés depuis 2010*
- 14 M€ sur les réseaux régionaux dont 9 M€ de*

report pour l'harmonisation salariale (transposition, harmonisation, temps de travail). On y trouve les économies liées au réseau WAN (2 M€), la renégociation des contrats de gardiennage (1 M€) et bien sûr la planification des activités dans les Pôles qui aura permis d'économiser une centaine d'ETP par rapport au budget.

- 13 M€ sur les coûts de restructuration (76 au lieu de 89 M€) en raison d'un réalisé inférieur à la provision sur litiges initialement estimée.*
- 18 M€ au titre du résultat fiscal lié à la baisse du résultat.*

Au final FTV est passée de -42 M€ au budget à -8M€.

Désignation de l'expert comptable pour l'analyse des comptes du groupe FTV

Le cabinet Secafi Alpha a été chois par le comité de groupe pour l'examen des comptes par 5

voix pour et une abstention (celle du Snj autonome).

FTD, bilan d'action, stratégie, résultats et perspectives

France télévisions Distribution est une filiale commerciale dont le chiffre d'affaires stagne depuis plusieurs années.

2009	2010	2011	2012	2013	2014
50 M€	47 M€	43,4 M€	36,2 M€	40,1 M€	42,4M€

Son principal problème réside dans la détention des droits dont FTV est spoliée par une réglementation injuste (les décrets Tasca). On espère que la modification des décrets sur les

obligations de production des chaînes pourra faire évoluer la situation. Par ailleurs FTD a du mal à trouver une dynamique de croissance pour compenser la crise du DVD.

Un plan stratégique 2014-2017 a été élaboré pour monter en compétence et accompagner le passage de la vidéo à la vente de droits numériques avec l'objectif de réaliser 6% de taux de résultat à partir de 2016, ce qui est la norme pour une filiale de ce type.

MFP, bilan d'action, stratégie, résultats et perspectives

MFP détient une place stratégique au sein du groupe en tant que filiale de production intégrée de FTV. MFP a trois activités, la production proprement dite et des activités de prestation, sous -titrage et audio description.

Depuis avril 2014 le président en est Christian Vion qui est aussi DGA production/moyens des antennes et qui peut ainsi associer MFP le plus en amont possible de la décision de commande de production.

L'activité de production se répartit entre le documentaire, la fiction et les émissions de flux. Sur le documentaire, MFP a produit des Grands Nature, le Monde de Jamy et se fait une spécialité de documentaires scientifiques ou de découverte.

MFP produit 2 ou 3 fictions par an et souhaiterait pouvoir développer des séries en fonction

de la demande éditoriale.

Les émissions de flux sont le secteur le plus difficile pour MFP en raison de la concurrence des producteurs privés. MFP souffre aussi d'un déficit d'image auprès des chaînes et veut être plus à l'écoute de leurs besoins.

Pour l'instant MFP n'utilise que la moitié des droits à la production dépendante (2,5% alors qu'on peut aller jusque 5%). Les nouveaux décrets sur la production qui font l'objet d'une consultation publique devraient permettre d'étendre ces droits plus largement. FTV souhaite aller au-delà de 10% car si MFP commence à coproduire des séries, le chiffre d'affaires peut augmenter de façon significative. De la même façon, FTV devrait pouvoir détenir des parts de co-productions sur les oeuvres dont elle assure au moins 50% du financement.

FTP, bilan d'action, stratégie, résultats et perspectives

Le marché publicitaire de la télévision est morose, avec une tendance à la baisse plus marquée en France que dans les autres pays d'Europe. Les annonceurs investissent de plus en plus sur le prime time (après 20H) et concentrent leurs budgets sur les 2 principales régies TF1 et M6. Au premier trimestre 2014 la baisse a été de 0,4% pour TF1, 2% pour M6 et 2,3% pour FTV.

Le passage de LCI et Paris Première en clair sur la TNT gratuite (décision fin juillet) risque de fragmenter encore la demande.

Dans ce contexte, la stratégie de FTP est de miser sur la publicité en digital même si les chiffres d'affaires ne sont absolument pas du même niveau.

A fin juin, suivant les estimations, la régie serait en retard de 3,7% (-6,2 M€) par rapport à la prévision budgétaire. La direction espère un rattrapage au second semestre.

Pour la CGT, la réintroduction de la publicité après 20H est plus que jamais d'actualité, surtout après l'annonce de la suppression de la dotation de compensation.

La direction de FTP va expérimenter à la rentrée de septembre l'ouverture d'écrans publicitaires régionaux en prime time sur France 3 autour de programmes courts. Rappelons que la législation autorise la publicité sur les antennes régionales de France 3. Une initiative intéressante qui pourrait générer plusieurs millions d'€ de recettes annuelles.

Information sur les contrats de prestation passés par les filiales du groupe avec Bygmalion

Philippe Maréchal, patron de l'audit interne, a été mandaté par Rémy Pflimlin pour faire le point sur les prestations de Bygmalion dans l'ensemble des filiales de France télévisions. Pas de document écrit mais des informations orales confidentielles sur l'audit en cours dont les élus du comité de groupe ont eu la primeur. Le rapport complet, quand les travaux d'audit seront achevés, sera remis au juge.

Les extractions comptables font apparaître un certain nombre de contrats pour les montants suivants:

FTP, 630 000 euros

MFP, 25 000 euros

FTD, 33 000 euros

A FTP, on relève plusieurs missions "d'accompagnement en communication" en vue de l'ouverture du capital de la régie (sic!).

La CGT qui s'est battue avec acharnement contre cette privatisation au profit de Lov Publicis, se souvient des manipulations de la direction de FTP de l'époque pour tenter d'amener les salariés de la régie à soutenir cette opération. Etait-ce un conseil de Bygmalion? Comme par hasard la fin des prestations de Bygmalion pour la régie coïncide avec le départ de son ancien PDG en août 2012...

Paris le 21 juillet 2014