

# Compte rendu du Comité de Groupe du 25 janvier 2017

Présent-e-s pour la CGT : **Rafaèle Bourgier** (FTR), **Marc Chauvelot** (Siège), **Carole Herbin** (Reims), **Michela Law** (Siège), **Pierre Mouchel** (Bordeaux).  
Représentante syndicale : **Véronique Marchand** (Lille)

Préambule CGT .....	1	Activité des filiales.....	4
Signature du COM 2016-2020 .....	3	Désignation de l'expert pour les comptes 2016 et le budget 2017 .....	5
Plate-forme VOD.....	3	Organigramme du groupe FTV (filiales et participations).....	5
Feuilleton quotidien de Montpellier .....	3	Politique de ressources humaines/GPEC du groupe.....	5
Exécution budgétaire 2016 .....	4	Evolution de la Fondation France télévisions .....	6
Budget 2017 .....	4		

## Préambule CGT

*L'annonce du lancement en janvier 2018 d'un feuilleton quotidien sur France 2 est un événement majeur pour le groupe. Il prend une place centrale dans le plan de soutien à la création dévoilé le 9 janvier et qui vise à donner à FTV un rôle de locomotive pour faire rayonner la création en France et à l'étranger.*

*Il faut dire que la situation de la production audiovisuelle nationale est plutôt accablante comparée à celle de ses voisins. Là où la France a produit 750 heures de fictions (public et privé confondus) en 2015, l'Allemagne et le Royaume-Uni en produisent environ 2000 en moyenne.*

*Dans ces deux pays (mais aussi en Espagne et en Italie), les meilleures audiences de fictions sont le plus souvent des productions nationales produites par une chaîne publique. En France, 7 sur 10 de ces meilleures audiences sont des fictions d'origine étrangère, principalement américaines. C'est même le seul grand pays européen qui diffuse majoritairement des séries et des fictions étrangères (60 %).*

*En Allemagne et au Royaume-Uni, les chaînes publiques disposent des moyens d'industrialiser leur processus de fabrication de séries et elles le font en interne. En France c'est 90 % la production audiovisuelle qui est externalisée contre 40 % seulement en Allemagne et 33 % au Royaume-Uni.*

*De plus ces productions s'exportent bien. Les anglais ont sans doute un avantage linguistique, mais pour la BBC, la vente de programmes représente 1,5 milliard d'€ de recettes, soit 26 % de son chiffre d'affaire, alors que pour FTV les ventes de programmes sont marginales et ne lui rapportent que 76 Millions d'€ soit 3 % de son chiffre d'affaire !*

*Le projet de feuilleton de Montpellier concernera la plupart des entités du groupe : France 2, ses programmes et son antenne, MFP pour la production déléguée, la filière de production de France télévisions pour la production exécutive, FTP au titre des audiences et des recettes publicitaires, FTD pour la diversification et l'exploitation des droits*

sur tous les supports et enfin France 3 pour la proximité géographique.

Il est donc assez facile d'imaginer les multiples questions qu'un tel projet ne manquera de poser. Ce comité de groupe qui l'a inscrit à son ordre du jour marque donc le point de départ du débat avec la représentation du personnel. Il devra se poursuivre et se formaliser dans une information/consultation qui ne devrait pas trop tarder à démarrer, compte tenu du calendrier.

Dès l'annonce du projet, la CGT a tenu à réagir. Car si l'ambition éditoriale et la stratégie industrielle intéressent au plus haut point, on ne peut méconnaître les questionnements des équipes actuellement en poste, et qui subissent depuis tant d'années les effets du "bashing" anti filière de production.

Une de ses plus récentes manifestations aura été le rapport de la Cour des Comptes d'octobre 2016, « Mieux gérer l'entreprise, accélérer les réformes », qui a une énième fois mis en cause la légitimité de la filière de production à fabriquer des fictions et recommandé la réduction de ses sites d'implantation régionale ...

Pour la CGT, un tel projet est un enjeu de croissance interne qui doit permettre de fortifier notre industrie de programmes. Nous n'accepterons évidemment pas que le projet de Montpellier s'accompagne de la suppression de sites régionaux, quels qu'il soient, et nous pensons qu'une garantie claire doit être apportée sur ce point par la Présidence de l'entreprise.

Plus largement, quelle sera l'équation économique et sociale du projet ? Où trouver les 30 M€ nécessaires à son lancement ? Comment sera assuré le surcoût d'ETP que le feuilleton va générer si l'état de la réduction de 500 ETP à l'horizon 2020 est maintenu ? Sera-t-il question de ponctionner des ETP sur les autres entités de l'entreprise ? Sera-t-il question de mobilité ? Dans quelles conditions ?

La question sociale doit prendre toute sa place au cœur de ce projet, comme de tout projet nouveau, en associant les personnels et leurs représentants, dès son élaboration, sur l'emploi, l'organisation et les conditions de travail, la santé, l'équilibre vie professionnelle/vie privée, etc.

A défaut, on le sait, ces sujets finissent toujours par remonter à la surface comme c'est le cas aujourd'hui avec

différents sujets d'actualité qui ne sont pas sans lien avec ces questions de création. Qu'il s'agisse du conflit en cours sur les régies et plateaux du Siège ou de la solidarité qui s'est unanimement exprimée envers les personnels précaires contre :

- le plafonnement de leur collaboration annuelle à 80 jours ;
- le transfert des CDDU (le plus souvent des femmes) Habillage Maquillage Coiffure de la fiction vers la co-production ;
- la différence de traitement qui leur est imposée par rapport aux permanents pour leurs frais de mission.

Les élus CGT du comité de groupe de France télévisions attendent de la présidence qu'elle rassure au plus vite les salariés sur ces différentes problématiques à l'entame de cette année 2017.

**En réponse aux questions posées par la CGT en fin de préambule, M. Lesaunier, DRH central, a réaffirmé que le plafonnement à 80 jours par an n'était pas mis en place et qu'aucune décision ne serait prise avant la remise du rapport de l'IGAS et de l'IGAC sur l'intermittence attendu prochainement.**

**Pour ce qui concerne les HMC, il a proposé de recourir au dispositif de saisine pour aborder le sujet en profondeur.**

**Sur les frais de mission strictement, il affirme que rien ne change par rapport aux règles en vigueur et précise qu'il y a eu confusion dans certaines communications entre indemnités de mobilité et frais de missions. Sur ce point aussi la CGT engagera une procédure de saisine afin d'ouvrir une négociation.**

**Enfin, pour ce qui concerne le conflit en cours sur les plannings des plateaux et régies du Siège, M. Lesaunier dit que la direction prend en compte la situation. Il propose dans une logique d'expérimentation, de « repenser les rythmes et la logique » et appelle à la confiance. Sauf que la confiance ne se décrète pas, elle se démontre...**

## Signature du COM 2016-2020

---

Le COM a été signé le 19 décembre. Il comporte quelques modifications dans sa version définitive sur le nombre d'événements culturels couverts par FTV, le renforcement de l'accessibilité pour les handicapés, la référence au comité stratégique de l'audiovisuel public et l'articulation gratuit/payant pour l'offre S-VOD.

La Présidente se félicite de l'augmentation des ressources publiques mais regrette que l'augmentation d'un euro supplémentaire de redevance prévue par le gouvernement ait été annulée et transférée sur la taxe Copé, moins pérenne.

## Plate-forme VOD

---

« *Il est primordial d'être présent sur la VOD* » déclare la directrice du développement commercial, Mme Recayte. Le projet serait très différent de Netflix ou Amazon. Il consisterait à aller plus loin sur l'offre de création française et européenne en fiction, animation, documentaire, cinéma. L'objectif est la pertinence plutôt que le volume, avec un renouvellement des titres beaucoup plus régulier.

Après la piste des autres services publics européens (trop de contenus spécifiques à chaque

pays), celle des autres diffuseurs français (qui ont refusé), le choix s'est finalement porté sur les détenteurs de droits, producteurs ou distributeurs. Dès le 2 mai prochain il y a aura une refonte de Pluzz. L'offre S-VOD sera lancée à l'automne. L'objectif est de tout faire coexister, pas de remplacer une offre par une autre et d'être en complémentarité avec les antennes. Il pourrait être par exemple possible de visionner la totalité d'une série dès son lancement à l'antenne, voir avant, moyennant l'achat ou un abonnement.

## Feuilleton quotidien de Montpellier

---

« *On assume d'avoir une filière de production.* » déclare d'emblée Mme Ernotte qui considère que ce serait pénalisant de ne pas pouvoir fabriquer nos programmes en interne. Le projet de feuilleton quotidien commence à se préciser. Il sera diffusé sur France 2 à partir de janvier 2018, à raison de 5 épisodes de 26 minutes par semaine soit 240 par an. Il vise un public plutôt jeune et féminin. Il sera produit par MFP (filiale à 100% de France Télévisions) qui en détiendra les droits et fabriqué par la filière de FTV, majoritairement par du personnel permanent.

Mme Recayte évoque le site de Montpellier, très attractif, et qui dispose à moins de 20 km de distance d'une grande diversité de paysages avec des conditions climatiques avantageuses. Elle évoque le soutien des différentes collectivités territoriales (ville, agglomération, région Occitanie) ainsi que l'éventualité d'un coproducteur « *très minoritaire* » sur la partie artistique.

Si la CGT se félicite de voir se concrétiser une de ses revendications historiques (l'abrogation des décrets Tasca et le recours prioritaire à la production interne) elle a immédiatement posé la question du maintien des sites actuels de la filière. « *Il faudra une discussion de fond sur le sujet* » a dit Mme Ernotte pour qui le feuilleton quotidien, « *c'est pas un truc en plus* ». La CGT a rappelé son attachement à l'aménagement audiovisuel du territoire, la grande solidarité des équipes de la filière, l'intérêt de disposer d'une palette de savoir-faire la plus large possible et la difficulté objective de concilier ce projet de développement avec la réduction de 500 ETP d'ici 2020. Soit on développe des projets, soit on réduit l'emploi.

Compte tenu du calendrier prévisible (lancement des tournages au plus tard en septembre), l'information consultation devrait démarrer rapidement sur les aspects économiques et sociaux.

M. Lesaunier propose de négocier un accord de méthode afin de préparer le travail des instances

compétentes (CCE, CE, CHSCT) au niveau du comité de groupe.

## Exécution budgétaire 2016

---

L'arrêté des comptes est en cours d'élaboration. Le budget 2016 prévoyait un équilibre tant pour le résultat net que pour le résultat d'exploitation. Il devrait être atteint. Les principales hypothèses

de recettes ont été tenues et les ajustements ont permis de compenser les tensions comme celles des filiales cinéma (moins de succès lors des sorties en salles).

## Budget 2017

---

Pour cette première année du COM 2016-2020, la direction vise à nouveau l'équilibre.

L'info nationale est en hausse (+16,2 M€) en raison de la prise en compte de France info en année pleine et de la couverture des élections. L'investissement dans la création passe de 400 à 420 M€ mais pourra concerner MFP. Le numérique gagne 6,8 M€ avec la VOD (achat à l'acte) et la S-VOD (sur abonnement).

Le coût de grille du programme régional est en légère hausse de 1,3 M€ et celui des outre-mer de 0,7 M€.

Côté recettes, les concours publics sont en augmentation (38 M€) ainsi que les recettes commerciales (10,2 M€).

Côté économies, une baisse sur les sports (-8,6 M€), les coûts techniques diffusion (-5,9 M€) et des efforts de productivité à la fabrication (-4,8M€) grâce à un plan de charge « ambitieux » et l'augmentation des barèmes.

L'objectif des effectifs est de 9840 ETP, soit une augmentation de 42 ETP, qui intègre Franceinfo ainsi que les 50 CDD « non reconductibles » pour les élections. En réalité l'augmentation par rapport au réalisé 2016 ne sera que de 2 ETP. La trésorerie diminue de 15 M€ sur la période pour s'établir à -44,5 M€.

Pour ce qui concerne la fabrication, le plan de charge des équipes légères et de la post production devra être mieux équilibré. L'augmentation des barèmes de la fabrication vise à la mettre au niveau du prix du revient. Mais à défaut de comptabilité analytique, on a du mal à en comprendre la mécanique.

La ligne « conflictualité », en hausse, englobe de nombreux postes, les indemnités de départ, les ruptures conventionnelles, les provisions pour litige...

## Activité des filiales

---

Laetitia Recayte, la patronne du domaine commercial de France télévisions, est venue présenter les résultats et les projets des filiales du groupe : FTP (France Télévisions Publicité), MPF (Multimédias France Productions) et FTD (France Télévisions Distribution).

### FTP (publicité)

Mme Recayte salue la surperformance obtenue grâce à l'engagement des équipes. Dans un marché presque étale en télévision (+0,9%), FTV

tire son épingle du jeu (+4,3%). Une progression spectaculaire en digital (+14%). L'atterrissage en fin 2016 est prévu à 374,5 M€ de recette, sur l'objectif prévu.

Pour 2017, la prévision est en hausse à 391,8 M€. Le parrainage sera en progression grâce aux nouveaux décrets qui étaient attendus fin 2016 et qui ne sont toujours pas sortis. On note l'absence de grands événements sportifs et le possible ralentissement en avril-mai du fait des

élections. La régie mène une politique offensive pour gagner des parts de marché, 13ème rue, le site RTL, les chaînes Turner, les sites de Radio France. L'interdiction de la pub autour des programmes jeunesse privera FTV de 17 M€ de recettes. La bataille pour rétablir la pub après 20H (à l'heure où les enfants sont couchés) est toujours d'actualité compte tenu de la concentration des investissements dans ces carrefours

### MFP (production)

L'activité a été en forte croissance en 2016, de +14,8%, tractée par la fiction. Pour 2017, le chiffre d'affaires de la production est en augmentation de 30%, hors feuilleton (2018). Les activités télétexte et multilingue sont stables ou en légère croissance.

Le feuilleton mobilisera toutes les équipes et permettra de maximiser le potentiel de production dépendante. Il sera donc réalisé avec la filiale de production. Mme Recayte dit réfléchir à utiliser le site de Montpellier pour d'autres productions, dans cette zone prisée pour les tournages.

### FTD (activités numériques)

Le chiffre d'affaires de 48,5 M€ est en hausse de 2,4% grâce au développement de l'offre numérique. L'activité distribution est en hausse de 13%, l'activité édition en baisse en raison de la baisse de la vidéo physique.

## Désignation de l'expert pour les comptes 2016 et le budget 2017

---

Le cabinet Secafi Alpha a été désigné par 6 voix pour (5 CGT, 1 FO) et 4 abstentions (3 CFDT, 1 SNJ).

Dans leur avis, les élus proposent que l'expert puisse compléter son intervention sur le projet groupe de feuilleton quotidien à Montpellier.

## Organigramme du groupe FTV (filiales et participations)

---

L'organigramme du groupe mis à jour à octobre 2016 est présenté et commenté par M. Lesaunier. ([voir ici](#))

Les principaux changements concernent Euro-news dans lequel FTV ne conserve que 10,73%

de participation et TV5 que FTV contrôle à 49% après la reprise des 12,5% de participation de FMM. CFI devrait être repris sous peu à 100% par FMM.

## Politique de ressources humaines/GPEC du groupe

---

Les éléments de la politique de ressources humaines sont présentés par M. Lesaunier.

[Le constat](#) est que l'accord d'entreprise constitue un socle unique et le DRH s'en félicite car cela facilite selon lui la mise en place d'une véritable politique de développement RH. L'âge moyen à FTV est de 48 ans, 50% des effectifs ont plus de 50 ans, 3% ont moins de 30 ans. Le turn over est faible (3%). 10% des effectifs quitteront l'entreprise d'ici 2020, un enjeu majeur en terme

de renouvellement générationnel. L'entreprise est accoutumée au changement mais à son rythme.

[Les enjeux](#) sont ceux du COM. Développer la création, innover au service des publics, transformer l'entreprise pour la rendre « agile » (mot à la mode). Faire évoluer les métiers pour s'adapter au numérique. Optimiser les moyens internes.

Les axes de travail sont la GPEC, la négociation de l'emploi non permanent, l'accompagnement des fins de carrière, la diversité, la qualité de vie au travail, dynamiser la politique salariale, faire évoluer les pratiques managériales.

Les conditions de la réussite sont de promouvoir la confiance au sein de l'entreprise. La direction

annonce le lancement d'un baromètre de la confiance (sous forme de questionnaire) en février. Elle souhaite favoriser un dialogue social de qualité en favorisant les initiatives : « *on fixe un cadre et on expérimente au plus près des réalités du terrain.* »

## Evolution de la Fondation France télévisions

---

L'activité de la fondation se poursuit après quelques débats. Son objet social sera recentré sur l'accès aux métiers de l'audiovisuel et du numérique pour des publics de jeunes « empêchés » : issus des quartiers défavorisés, des zones rurales, malades ou handicapés.

Le financement sera désormais très principalement assuré par la filiale commerciale FTP. Le mécénat de compétence et les congés solidaires devraient être développés. La Fondation est reconduite pour 3 ans et calée sur le mandat de la Présidence. En dépit de la baisse de la subvention, la CGT se félicite de la reconduction de cette belle institution.

Paris, le 27 janvier 2017