

# Compte-rendu du CSE Central des 10 et 11 décembre

**Élus CGT :** Abal-Kassim ALI COMBO, Rafaèle BOURGIER, Marc CHAUVELOT, Chantal FREMY, Claude GUENEAU, Jean-Hervé GUILCHER, Gaby LAURIER, Michela LAW, Jean-Hugues LEC KAO, François MARLIN, Pierre MOUCHEL, Sébastien PATIENT, Johnny PAYET, Thierry PUJO, Didier RICOU.

**Représentant syndical :** William MAUNIER.

## Situation générale

Delphine Ernotte ouvre la séance par un bref tour d'horizon. Elle se félicite des audiences du groupe pendant ce second confinement, tant pour l'information que pour les programmes, en linéaire comme en non linéaire, et de la mobilisation de toutes les équipes dans cette période où l'offre service public trouve toute sa légitimité... Il y aurait d'après elle 10 millions de personnes solitaires en France.

Parmi les succès, elle cite « 20h30 le dimanche » qui réunit entre 6 et 7 millions de téléspectateurs chaque semaine, la progression de Franceinfo qui est devenue la troisième chaîne d'info pour les actifs de 15 à 50 ans, le 19-20 de France 3 qui réalise ses meilleures audiences depuis 11 ans et de très bonnes audiences en région.

Elle évoque « 6 à la maison » sur France 2, en solidarité avec les artistes, le Téléthon produit par Francetv Studio, la journée sur le

Sida, la Nuit américaine pour les élections, l'interview exclusive de Barack Obama, l'opération « *Cœur outre-mer* » fin octobre, le DuoDay et la semaine du handicap sur les différentes antennes, les premiers films de réalisatrices sur [France.tv](https://www.france.tv).

Sur la question du confinement et le maintien du télétravail au moins jusqu'au 20 janvier 2021, elle reconnaît la difficulté : « *nous sommes entre deux risques* » dit-elle, entre le besoin de se protéger des risques de transmission du virus d'un côté et une forme de détresse psychologique liée au télétravail contraint de l'autre.

A ce propos elle indique son point de vue sur la visio-conférence : pas de réunion avant 9h et après 18h, une coupure de deux heures entre midi et deux... on peut y ajouter des pauses suffisantes pour les étirements...

# Contrat d'Objectifs et de Moyens 2020-2022

COM, comme plan com'. Il ne s'agit pas stricto-sensu d'un Contrat d'Objectifs et de Moyens entre France Télévisions et l'État, mais d'un contrat associant l'ensemble des sociétés de l'Audiovisuel Public.

Présenté comme la feuille de route du secteur audiovisuel public pour la période 2020-2022, le projet de COM, en cours d'examen à l'Assemblée Nationale, au Sénat et au CSA, fait appel aux grands principes : information de référence, audace et créativité pour la culture, reflet de la diversité, responsabilité sociétale et environnementale (RSE), empreinte carbone, synergies, etc. Les 4 entreprises de médias publiques s'engageant à « *être exemplaire et à faire progresser la conscience individuelle et collective* ».

Après cet exercice liminaire de « social washing », on rentre dans le dur. Pour FTV, la déclinaison de la « feuille de route » rend un peu plus concrets les objectifs à atteindre pour répondre aux exigences du gouvernement : participation à l'effort de réduction des dépenses publiques, diminution de la masse salariale et rééquilibrage des effectifs. Pour faire court, la poursuite de la saisonnée imposée depuis 2018.

Ainsi, entre le budget 2019 et les prévisions 2021 (le plan d'affaires), il est prévu une diminution de la redevance de 5,4%, soit -134 M€. Une baisse de dotation qui impacte plusieurs directions de l'entreprise : moins 3% pour l'information nationale, moins 9% pour le programme national qui se voit en même temps assigner des objectifs supplémentaires pour la création et les contenus numériques. Une stagnation du budget des 1ères Outre-mer, en dépit de leur manque de moyens pour remplir leurs missions actuelles.

Les grands axes de développement de FTV pour les 2 prochaines années restent la transition numérique, dans ses dimensions information et programmes, et le développement de Franceinfo et la régionalisation.

Objectifs principaux pour le réseau France 3 : l'augmentation du volume quotidien de programmes de 2 heures à 6 heures quotidiennes à l'horizon 2022, l'extension, début 2021, de la tranche d'information de 18h30, l'accroissement des synergies avec France Bleu pour les matinales et l'information numérique de proximité. Pour atteindre ces objectifs nouveaux, le programme régional devra faire avec une hausse de son budget limitée à 2,5% entre 2019-2022.

# Situation budgétaire

En 2020, la crise sanitaire a entraîné une saignée sans précédent sur les effectifs.

Alors que le budget prévoyait une réduction déjà considérable de 200 Équivalents Temps Pleins, la baisse a atteint 416 ETP. A plusieurs reprises, la direction a assuré que l'effectif de 9.039 ETP prévu en fin d'année était anormalement bas, qu'il correspondait à une baisse de l'activité liée au 1<sup>er</sup> confinement et ne permettait pas à l'entreprise de fonctionner normalement.

Mais la vis sans fin ne s'arrête jamais. Le budget 2021 prévoit d'aggraver encore le niveau anormalement bas atteint par l'entreprise. Alors que les perspectives prévoient une activité normale en 2021, l'objectif fixé est de 9.021 ETP.

Si l'on regarde en arrière, en 9 ans France Télévisions aura supprimé 1.469 emplois, ce qui représente un nombre considérable de non-permanents envoyés pointer au chômage.

Quid de l'activité dans ces conditions, alors qu'on n'a pu atteindre ce niveau que grâce à l'effet d'aubaine de la crise sanitaire ? Selon la direction, ce niveau d'emploi n'est soutenable que si l'on change nos façons de travailler... (CQFD).

Tout cela est le résultat de la politique néolibérale aveugle de réduction de la dépense et de l'emploi public mise en place par les gouvernements successifs, sous l'égide de Bercy. Cette politique a été formalisée dans le contrat d'objectifs et de moyens qui prévoyait une baisse, entre 2018 et 2022, de 160 M€ de la redevance pour France Télévisions, tout en lui imposant de se transformer profondément. Pour financer ces nouveaux objectifs, l'entreprise devait en réalité économiser 400 M€.

La crise sanitaire est venue aggraver les choses. À la baisse prévue de 60 M€ de la redevance en 2021, il faudra ajouter 15 M€ de surcoûts (JO retardés, situation dégradée des filiales cinéma, prolongation de la diffusion de France 4, etc.) qui ne sont pas compensés par l'enveloppe de 45 M€ du plan de relance « Covid ». C'est donc une année très difficile qui s'annonce, alors que la tension sur les salariés est déjà très forte et que l'état des collectifs est mauvais.

Au-delà de l'emploi, le principal des économies se fera sur les programmes de flux et les achats de programmes pour la grille nationale, au risque de fragiliser les audiences et donc les recettes de pub qui permettent pour l'instant de limiter partiellement les dégâts financiers.

Le grand projet de régionalisation ne bénéficie d'aucun financement, juste une très légère augmentation du budget de France 3 (3 M€). On est clairement dans la pensée magique.

Économies oblige, l'offre de sports de FTV continue à s'appauvrir. Si le budget est en hausse pour financer les droits des JO de Tokyo et ceux de 2024 à Paris, cela masque des économies importantes avec l'abandon ou la réduction de couvertures de certaines compétitions.

Seuls les budgets consacrés aux contenus numériques progressent substantiellement de 18 M€, conformément à la trajectoire qui prévoyait de doubler l'investissement numérique en 5 ans, pour atteindre 200 M€ en 2022.

Pour plus de détails, voir le [compte-rendu de la commission économique](#) et [l'avis des élus du CSE central](#).

## NRCS phase 2 - OpenMedia

Le projet « NRCS » constitue l'un des volets du programme de transformation de l'entreprise pour ce qui concerne l'éditorial et les rédactions.

Le volet 1, **Newsboard**, est en cours de déploiement au Siège avant d'arriver dans les régions et le Pôle Outremer courant 2021 (la plateforme de formation est en cours de stabilisation et de débogage). Il vise à offrir un outil commun de consultation de sources d'information et de gestion des prévisions.

Le volet 2, **OpenMedia**, est un outil de conducteur mis en place pour remplacer Gilda, Dalet Galaxy, Avid inews et Mona Lisa pour fabriquer et diffuser les éditions et émissions nationales, régionales et ultra-marines, linéaires et non-linéaires, sur tous supports (TV, radio et numériques).

**OpenMedia** est un projet important puisqu'il aura un impact sur les conditions de travail d'environ 5.000 salariés : rédacteurs en

chef, responsables d'édition, chefs d'édition, chargés de production, scriptes, chefs d'équipement son, chefs d'équipement vidéo, chefs de plateau, CTR, monteurs, OPS, réalisateurs, présentateurs, opérateurs prompts, assistants de rédaction, opérateurs synthés, assistants de production, journalistes, métiers de coordination.

Le CSE central a missionné un expert pour l'éclairer sur les conséquences du projet, à court et long terme. Les élus ont adopté [un avis](#) listant 16 préconisations afin que le déploiement soit encadré dans le respect des métiers et des conditions de travail.

Prochaine étape : le déploiement d'Open Media par « zones », à commencer par le Siège et France 3 Paris Île-de-France en juin 2021. Puis ce sera l'Outremer dans 1 an et le reste du Réseau France 3 fin 2022. Vos CSE seront informés et consultés sur ce projet le moment venu afin d'étudier l'intégration des spécificités sur chaque périmètre.

# Information sur le projet d'évolution de l'organisation au sein de la direction des ressources humaines et de l'organisation

Laurence Mayerfeld, la nouvelle Directrice des Ressources Humaines et de l'Organisation de FTV, a présenté aux élus son projet de réorganisation de sa direction. Elle a évoqué notamment son souhait que cette direction soit le bien commun à l'ensemble des salariés et donc dotée d'une organisation qui soit continuellement en mouvement pour accéder à cet objectif.

Un projet qui peut sembler novateur et ambitieux à première vue, mais pour les élus CGT le compte n'y est pas. En effet, le document présenté, comme les réponses apportées aux élus, reste peu clair et très superficiel. Impossible en si peu de temps d'analyser en profondeur les 31 pages du projet remis aux élus quelques jours plus tôt pour une simple information. Il s'agit bien d'une modification de l'organisation de ce secteur bien plus complexe qu'annoncé au départ.

Les élus, dans une [résolution unanime](#), ont donc demandé à la direction qu'une commission du CSEC puisse se réunir durant la première quinzaine de janvier afin de rencontrer les responsables de projet pour mieux en comprendre les rouages et les conséquences.

Sur le fond, comment peut-on souhaiter un meilleur rayonnement de la Qualité de Vie au Travail et en même temps réduire la Direction de la Santé et de la Qualité de Vie au Travail à une branche du dialogue social,

comme si elle ne concernait pas l'ensemble des domaines de la DRHO ? Son existence réelle n'est-elle pas conditionnée par son indépendance ?

Comment les salariés concernés passent-ils d'une organisation à l'autre, d'une direction à l'autre ? Le parcours QVT établi dans l'accord de juillet 2017 a-t-il été mis en place pour cette réorganisation ou bien a-t-il été, lui aussi, oublié au fond d'un tiroir de la direction du dialogue social ?

Les élus souhaitent également comprendre comment la création d'une strate hiérarchique supplémentaire peut se justifier avec un poste de DRH chapeautant le Siège, le réseau régional et le pôle Outre-mer ?

Comment une cellule d'accompagnement de 4 personnes peut-elle être une réponse adaptée à la proximité réclamée par de nombreux salariés en manque de repères quand il s'agit d'identifier un interlocuteur en proximité pour répondre à leurs questions ?

Pour toutes ces raisons, les élus s'interrogent sur la pertinence de cette nouvelle organisation en regard des déclarations d'intentions formulées lors de cette présentation, et souhaitent être consultés lors du prochain CSEC lorsque la commission économique du CSEC aura obtenu de la part des responsables de projet des réponses à l'ensemble des questions posées en séance et à d'autres qui pourraient émerger d'ici là.

# Outre-Mer

**Un point sur les audiences** a été réalisé. Pour la TV, Mayotte fait office de très bon élève avec une fourchette haute de 33,7% de part d'audience, alors que la Nouvelle-Calédonie relève la tête. Pour la Martinique, la Guadeloupe et La Réunion, les résultats sont mitigés mais ne reposent malheureusement que sur des estimations. En revanche, aucune mesure n'est disponible pour la Polynésie et la Guyane. 8 éditions sur 9 placent La 1<sup>ère</sup> en tête des chaînes. 33% des habitants d'Outre-Mer s'informent le soir en regardant un JT de la 1<sup>ère</sup>.

La part d'audience moyenne des 9 radios est de 20%.

Le portail Outre-mer quant à lui reçoit une moyenne mensuelle de 1,6 million de visites, soit 23% de plus que l'objectif initial. Les 10 sites totalisent 180 M de visites depuis le début de l'année.

**Sur les mouvements dans l'encadrement** il faut noter quelques changements avec l'arrivée d'un nouveau directeur de la Direction des Moyens et du Développement et d'un nouveau responsable RH du Pôle Outre-mer. Nous attendons les nominations d'un nouveau directeur pour la Martinique et du responsable information du Pôle Outre-mer.

**Pour l'établissement de Malakoff**, la situation reste compliquée depuis la fermeture de France Ô. Entre la définition de nouvelles missions et la gestion humaine, le climat social n'est pas au beau fixe. Une commission de suivi a été mise en place au niveau du CSE de Malakoff. L'expertise demandée par les élus de Malakoff est maintenant terminée. L'analyse du rapport est en cours. Une reconstruction du dialogue entre la direction et les salariés semble plus que nécessaire.

Interpelée sur la pérennité du site de Malakoff, la Présidente a refusé de prendre un

engagement à ce sujet, ce qui est tout sauf rassurant.

**Le projet de budget 2021** du Pôle Outre-mer a été présenté à la commission Outre-mer de façon globale. L'arbitrage des ETP n'étant pas fait, la déclinaison par station reste en attente.

Le solde d'exploitation est en augmentation de 1,3 M€ en 2021 par rapport au budget 2020. Concernant le périmètre budgétaire des stations, le projet de budget 2021 est construit sur une hypothèse de baisse des effectifs de -18 ETP. L'effort global serait de -31 ETP. Les discussions ont donc tourné autour de la capacité des stations à pouvoir absorber cet effort et en même temps relancer la production en local.

**Le travail des services RH** a permis d'identifier 14 CDD réguliers en attente de recrutement. Nous avons aussi constaté une disparité de répartition de ces personnels dans nos stations. Ce constat étant fait, sur proposition de la commission, il a été acté avec la direction du pôle la création d'un vivier Outre-Mer composé dans un premier temps de tous ces CDD réguliers.

Ce fichier, fourni à tous les services RH et de fait à tous les CODIR en station, permettra aux différentes stations de proposer à ces CDD des missions mobilités de plus ou moins longue durée dans l'attente d'un possible recrutement dans leur station d'origine ou dans les stations où ils travaillent.

**Pour le portail Outre-mer**, d'un point de vue technique, en plus des difficultés du live permanent et du replay, nous ne pouvons que regretter l'absence d'une application dédiée La 1<sup>ère</sup> toujours en fabrication.



# Accord frais de santé et prévoyance

## Frais de santé

Pour la période 2017-2019 le ratio du contrat santé obligatoire Pastel (Audiens) est de 1,08 (surcoût de 8%). Il a fallu, en plus, absorber la mise en conformité des garanties avec les dispositions du contrat responsable désormais imposé par la loi. Les postes les plus sollicités sont l'optique (24%), le dentaire (24%) et les soins courants (20%).

La renégociation de l'accord est prévue pour 2021 en vue d'un nouveau contrat sur la période 2022-2024. Pour 2021, la proposition est une hausse tarifaire de 5% des cotisations au 1er janvier 2021. Cela aura pour conséquence les impacts suivants sur les cotisations des salariés :

Métropole / DROM / SPM :

isolé +1,66 € / mois  
famille +3,37 € / mois.

Alsace / Moselle :

isolé +1,17 € / mois  
famille +2,54 € / mois.

Polynésie/Nelle Calédonie :

salarié +1,66 € / mois  
Enfant +2,06 € / mois  
Famille +5,83 € / mois.

Il est toutefois important de noter que malgré cette hausse importante des tarifs, la tarification restera encore inférieure à celles de

2016 (dernière année du contrat précédent) :

2016 : 3.62% en isolé et 4.79% en famille.

2021 : 3.56% en isolé et 4.70% en famille.

## Prévoyance

Le régime de prévoyance des salariés de FTV présente un solde négatif sur les 5 derniers exercices (2015-2019) avec un ratio sinistres/primes de 1,25 dû au risque Arrêt de Travail (surcoût de 25%)

On note effectivement une explosion des arrêts de travail (AT) de longue durée y compris en dehors de la crise sanitaire. Afin de réduire ce déséquilibre budgétaire (en défaveur d'Audiens), Audiens préconise une augmentation de 15% du risque arrêt de travail.

Projection par tranche de revenus :

30 000 €/an = +1,33 €/mois  
50 000 €/an = +2,35 €/mois  
70 000 €/an = +3,90 €/mois

Les élus du CSEC ont pris acte de ces propositions d'augmentations et ont renvoyé aux organisations syndicales du groupe la responsabilité de signature de l'avenant de révision relatif à la prévoyance complémentaire des salariés du groupe France Télévisions.

---

Faute de temps pour aborder l'intégralité de l'ordre du jour, 6 points sont renvoyés à la séance des 19 et 20 janvier 2021 : les points sur la Direction des Moyens de Fabrication,

la plateforme de déclaration en ligne des liens d'intérêts et des collaborations extérieures, la Santé, l'outil de suivi des présences via TEAMS et la formation.

Le 15 décembre 2020



## Commission économique du CSE Central

# Budget 2021 de France Télévisions

### Réunion du 9 décembre 2020

Présents : Claude Guéneau, Jean-Hervé Guilcher (rapporteur), Pascal Lefebvre, Pierre Mouchel, Didier Ricou et Eric Vial.

Pour la direction : Priscille Ducomet, directrice financière de FTV et Eric Fressignaud, directeur du contrôle de gestion.

Invités : Mehdi Morchedi (Secafi).

### Budget 2021 : le supplice de l'écrasement

C'est un budget de crise qui a été construit par la direction financière.

Les effets de la crise sanitaire sont venus s'ajouter à l'objectif de réduction des dépenses de 160 M€ fixé par l'État pour la période 2018-2022, un objectif qui représentait en réalité 400 M€ d'économies à dégager sur la période pour que l'entreprise soit en mesure de financer a minima ses projets.

Dans une entreprise où les collectifs sont déjà fragilisés, l'équilibre budgétaire 2021 sera notamment obtenu au prix d'économies touchant directement l'emploi, qui atteint un bas niveau inédit, proche des 9000 ETP. Plus bas encore que le niveau de 2020 pourtant qualifié d'exceptionnel, car lié à la baisse ou l'arrêt d'activités pendant le 1<sup>er</sup> confinement et à la difficulté de mener à bien les recrutements.

Avec 9021 ETP, l'objectif fixé pour 2021 représente une baisse de 18 ETP par rapport à l'atterrissage prévu en 2020 et de 435 ETP par rapport au réalisé 2019, dernier exercice ordinaire.

Selon la direction financière, ce niveau d'ETP n'est viable qu'en modifiant les façons de travailler, pas en maintenant les process actuels.

Cette baisse s'accompagne d'une réduction de la masse salariale de 10 M€ de budget à budget, pour atteindre 876,2 M€.



La direction considère 2021 comme une « marche importante » à franchir, ce qui sera également le cas de 2022.

## **Les recettes nettes disponibles continent à baisser (-16,8 M€ et -62 M€ hors plan de relance)**

### **Ressources publiques : l'effet aggravant de la crise sanitaire**

Sur le papier, on observe une baisse de 59,6 M de la contribution à l'audiovisuel public (CAP) d'un côté et à une enveloppe de 45,2 M€ au titre du plan de relance de l'autre, soit au final une baisse de la ressource publique ramenée à -14,4 M€.

Dans la réalité, les 45 M€ ne compensent pas les surcoûts liés à la crise sanitaire, qui atteignent environ 60 M€. Cela concerne les JO de Tokyo, le renforcement du budget création, le prolongement de la diffusion de France 4 jusqu'au mois d'août, les surcoûts sur le cinéma et le sous-titrage de Franceinfo.

Au total, les concours publics atteignent 2,416 Md€ dont 2,371 Md€ de CAP.

### **La publicité, bouée de sauvetage de France Télévisions**

Les bonnes performances de la publicité permettent jusqu'ici de sauver les exercices. Pour 2021, la direction table cependant sur une baisse du marché de 6%, liée à la crise du Covid, malgré des événements forts pour FTV comme les JO de Tokyo.

Au final, le chiffre d'affaires publicitaire est prévu en baisse de 5,6 M€ par rapport au budget 2020, mais en progression par rapport au réalisé 2019. Il doit atteindre 359,2 M€.

On observe une montée en puissance de la pub internet (+2,7 M€) liée aux bons résultats des plateformes et à la généralisation du login à partir de janvier, ouvrant la porte à la publicité ciblée. Cela ne compense cependant pas la baisse de 8,3 M€ de la publicité diffuseur.

On notera enfin que la répartition pub traditionnelle / parrainage s'est stabilisée dans un ratio  $\frac{3}{4}$  /  $\frac{1}{4}$ .

La baisse du chiffre d'affaires s'accompagne d'une baisse des charges liées aux commissions de régie.

### **Autres recettes : les FAI mis à contribution**

La construction budgétaire table sur une renégociation annuelle avantageuse des contrats avec les fournisseurs d'accès à internet, permettant d'augmenter les recettes d'1,8 M€.

## La baisse du coût de grille se poursuit (-24,8 M€)

Le pilotage des économies se fait largement sur le coût de grille qui représente au total 2,07 Md€.

Principale source d'économies, **le programme national**, avec un budget en baisse de 34,4 M€, ce qui, compte tenu de l'effort de 20 M€ sur la création, représente un effort plus important encore sur le flux et les achats, au travers d'arrêts d'émissions et de renégociations. Ces réductions de dépenses sur le programme national succèdent à plusieurs années d'économies. Depuis 2017, elles ont atteint 125 M€.

**L'information nationale** prévoit une baisse de 1,7 M€. De nouvelles baisses d'ETP et des économies sur la couverture des élections ou des émissions spéciales doivent permettre de financer un renforcement de l'info sur France 2 et sur Franceinfo, qui accueilleront de nouvelles émissions et magazines. Sans doute au détriment de l'antenne nationale de France 3 ?

**Le programme ultramarin** prévoit une légère baisse de 300 000 €, qui cache là encore un objectif important de réduction d'ETP. Des suppressions plutôt ciblées sur Malakoff, où la pyramide des âges permet d'imaginer 40 à 50 départs en retraite potentiels. Dans le même temps, le réseau des 1<sup>ère</sup> va devoir financer à lui seul des programmes jusqu'ici financés par le programme national au titre de France Ô.

Les autres postes sont en augmentation :

**Le sport national**, de 5,6 M€, pour prendre en compte les coûts des JO de Tokyo, le début d'amortissement de ceux de Paris en 2024 (charge sur 4 exercices) et l'inflation des droits sportifs du Tournoi des Six-Nations et du Tour de France. Ce budget prend en compte l'arrêt de certaines compétitions (Coupe de la Ligue), la baisse des droits sur Roland-Garros (FTV n'a obtenu que la diffusion des matchs de journée, pas ceux du soir qui seront diffusés par Amazon Prime) ou sur le rugby, et une hypothèse de rétrocession de droits sur les JO de 2024.

**Le programme régional** augmente de 3 M€, une hausse qui masque d'importantes économies, puisque dans le même temps il faut financer la régionalisation. Le budget prévoit la mise à l'antenne de 12 matinales de France Bleu, soit une par mois. L'objectif initial de 16 matinales n'a pas été retenu, afin de faire des économies (soit 800 000 € d'économie).

**Le numérique**, au sens direction du numérique, doit augmenter de 3 M€ pour atteindre 74 M€, afin de financer la modernisation et le développement des plateformes. A terme, le coût des plateformes devrait rester dans une enveloppe de 70 à 80 M€, les budgets vont donc croître sur les contenus.

Au global, en ajoutant les contenus non linéaires inclus dans les autres coûts de grille et qui progressent de 18 M€, le numérique représente 168 M€ en 2021. Désormais les contenus représentent 56% des coûts du numérique. Dans l'hypothèse d'un arrêt de France 4 à la mi

2021, le transfert au non-linéaire de l'investissement dans l'animation permettrait mécaniquement de dépasser l'objectif de 200 M€ prévu en 2022.

## Des économies sur les coûts supports -6,9 M€ (320,6 M€)

**Le support antennes et programmes** est en baisse de 5 M€. Il s'agit essentiellement d'économies d'ETP à la DGDAP ou à la communication et d'économies sur les charges de fonctionnement, en particulier les frais de mission.

Le budget du **support technique et informatique partagé** est prévu en hausse de 2 M€ à 56 M€. L'augmentation est due aux investissements informatiques liés au télétravail (ordinateurs portables, accroissement bande passante, solutions cloud pour le travail à distance), à la cyber-sécurité ou au déploiement de nouveaux outils en mode Saas (Ariane Cloud).

En revanche, le plan de charge de la Fabrique est identique à celui du budget initial de 2020.

Sur les **coûts techniques de diffusion**, on table sur une nouvelle économie de 4 M€ pour atteindre 71,7 M€. Il s'agit, cette année encore, de renégociations de contrats avec TDF, mais aussi d'une hypothèse d'économie sur le canal 14 de la TNT en cas d'arrêt de France 4 en août 2021.

## Les « autres dépenses » en hausse de 3,5 M€ (145,7 M€)

**La subvention des filiales cinéma** augmente de 2 M€ pour atteindre 18,8 M€. Il s'agit d'un choix comptable et fiscal qui permet d'améliorer la trésorerie de France 3 Cinéma. Aux bornes du groupe, cette augmentation n'a pas d'incidence car elle est compensée par une moindre charge dans le résultat du producteur.

**Les variations de provisions** sont stables à 29,5 M€.

**Les frais généraux** continuent à baisser légèrement (-0,9 M€) pour atteindre 95 M€. Il s'agit de nouvelles réductions d'ETP à la finance et à la RH destinées à absorber notamment l'augmentation du loyer d'EOS.

**Les charges Covid** s'établissent à 2,4 M€. Il s'agit essentiellement de masques et gel pour le 1<sup>er</sup> semestre, le budget ayant été construit sur une hypothèse de sortie de la crise sanitaire à fin juin.

## Les filiales commerciales pâtissent de la crise sanitaire

**Le résultat des autres activités** baisse de 5,1 M€ à 55 M€. Il s'agit des filiales FTP et FTD, en premier lieu la baisse prévue du chiffre d'affaires de Francetv Publicité. De son côté, Francetv

Distribution subit la crise sanitaire qui impacte les jeux et divertissements, ainsi que la décroissance du secteur de la vidéo physique.

**Le résultat du producteur** diminue de 2 M€. C'est lié à la baisse du chiffre d'affaires de l'activité production de Francetv Studio et à un résultat dégradé des filiales cinéma qui vont devoir amortir de nombreuses sorties de films repoussées à 2021 pour cause de crise sanitaire.

Malgré cela, le budget prévoit un **résultat d'exploitation avant transformation positif de 4 M€**, soit un versement potentiel d'intéressement, si les autres conditions de l'accord sont réunies.

**Le résultat d'exploitation est donc tout juste à l'équilibre à 400 000 €**. En revanche, le résultat net est déficitaire de 35,7 M€ après prise en compte des coûts de transformation et de Salto.

Les **coûts de transformation** sont en augmentation à 4,8 M€. C'est lié à une volonté d'accélération de la politique RH en matière de mobilité et d'évolutions professionnelles.

**Salto** prévoit une perte de 31 M€, ce qui correspond à la quote-part de FTV dans la perte globale de la filiale estimée à 93 M€ en 2021. Cette perte est liée au démarrage de la plateforme qui n'a pas atteint sa pleine puissance, la diffusion se faisant pour l'instant en OTT, pas encore dans les offres des FAI.

Le rapporteur de la commission,  
Jean-Hervé Guilcher  
9 décembre 2020



## **Avis du CSEC sur le budget 2021 de France Télévisions**

Le budget 2021 de France Télévisions subit l'effet combiné d'une politique aveugle de réduction de la dépense publique et l'impact de la crise sanitaire.

L'entreprise va devoir absorber l'an prochain une baisse de 60 M€ de la redevance, aggravée par les surcoûts de la crise sanitaire, qui ne sont que partiellement compensés par les 45 M€ du plan de relance.

Une fois de plus, la publicité apparaît comme la seule véritable ressource dynamique de l'entreprise qui fait face à un appauvrissement programmé.

Le pilotage des économies vient fragiliser les grilles, en particulier le programme national, faisant courir des risques aux audiences du groupe et donc à terme sur les ressources publicitaires.

Il repose principalement sur une baisse des effectifs qui atteint un niveau encore plus bas que celui qu'a connu l'entreprise en 2020 dans un contexte pourtant anormal de réduction de son activité à cause de la crise sanitaire.

Ces économies considérables sur les personnels sont en contradiction avec les besoins de l'entreprise pour mener à bien ses projets de transformation. Elle mettent à mal un corps social déjà au bord de la rupture.

Pour les élus du CSE central de France Télévisions, il s'agit bel et bien d'un budget de crise, largement en deçà des enjeux auxquels doit faire face l'audiovisuel public. A ce titre ils donnent un avis négatif.

Adopté à l'unanimité des élus présents.

Le 10 décembre 2020



## Avis du CSEC

### sur le déploiement du nouveau système d'information des rédactions - Phase 2 conducteurs (nouvel outil OpenMedia)

Les élus du CSE central de FTV ont été informés du projet de déploiement du nouveau système d'information des rédactions – Phase 2 conducteurs (nouvel outil OpenMedia), conformément à l'article L.2312-8 du Code du Travail.

**Ce projet constitue l'un des volets du programme de transformation de l'entreprise** pour ce qui concerne l'éditorial et les rédactions, en l'occurrence la mise en place d'un conducteur pour l'ensemble des rédactions et équipes de l'entreprise qui leur permettra de fabriquer et diffuser les éditions et émissions nationales, régionales et ultra-marines, linéaires et non-linéaires, sur tous supports (TV, radio et numériques). Il a la particularité de coupler transformation de l'organisation du travail et transformation technologique.

**Il s'agit d'un projet important qui aura un impact sur les conditions de travail d'environ 5.000 salariés** (rédacteurs en chef, responsables d'édition, chefs d'édition, chargés de production, scriptes, chefs d'équipement son, chefs d'équipement vidéo, chefs de plateau, CTR, monteurs, OPS, réalisateurs, présentateurs, opérateurs prompteurs, assistants de rédaction, opérateurs synthés, assistants de production, journalistes, métiers de coordination).

**Les élus du CSE central réitèrent leur critique exprimée dans leur délibération du 1<sup>er</sup> juillet 2020 : la direction est en train de piloter un changement majeur. Le CSEC est consulté par phases sans que la direction n'ait présenté l'image d'ensemble, la cartographie des systèmes d'information et leur interconnexion,...**

*« Certains projets auront des passerelles directes avec le NRCS : les futures régies automatisées du Réseau France 3 mais également celle en cours à La Réunion, PLANIF, MOSAR, le futur PAM (Product Asset Management), le CDE, i.rédac... »* (page 10 du rapport).

**... et comment elle se prépare pour piloter l'ensemble des aspects sociaux du-dit projet.**

La conviction des élus du CSE central que ce projet aura un impact sur les différents process actuels, voire sur les métiers et l'emploi, est confirmé par le rapport des experts :

*« Selon la direction, il n'a pas été identifié de changement dans les processus ni dans les activités liées aux 19 métiers des intervenants sur les conducteurs. Notre analyse nous conduit à une conclusion plus nuancée voire différente. [...] **Des impacts réels sur certains métiers** dont la mesure reste cependant à réaliser. Selon Secafi, certains métiers vont (ou pourraient) connaître des modifications des tâches réalisées à des degrés variables : les **scriptes** représentent logiquement le premier métier impacté par OpenMedia. Il y aura des pertes de tâches (la gestion des fiches par exemple), parfois sans valeur ajoutée et l'addition de nouvelles tâches (la gestion des couvertures) et/ou de nouvelles options offertes par l'outil (récupérer des sujets déjà diffusés). Par ricochet, cette dernière possibilité sera une action potentiellement en moins dans le périmètre des **techniciens vidéos**. Il restera à mesurer dans les ateliers spécifiques par établissement quel est l'impact net sur la charge de travail totale. **Info Vidéo 3** : avec la généralisation du partage des sujets diffusés, le rôle d'intermédiaire multidirectionnel d'IV3 va considérablement diminuer. Dans un degré différent, il s'agira*

également des **opérateurs synthé**, des **chefs d'édition**, des **personnels en charge de la maintenance des outils qui vont être remplacés**, de **personnels à Malakoff**, voire des **documentalistes**. Notre propos n'est pas ici d'interroger la pérennité de ces métiers, mais plutôt de questionner **la diminution de leur nombre à moyen terme** et de comprendre comment, et ou, redéployer les gains de temps permis par l'outil », « Les salariés de la **direction de l'ingénierie dédiée aux rédactions** vont devoir se former sur les nouvelles compétences d'architecte SI ou Chef de projet SI » (pages 30, 31 et 35 du rapport).

C'est pourquoi les élus du CSE central demandent à la direction, au regard des importantes conséquences sociales et économiques potentielles contenues dans l'utilisation de l'outil OpenMedia, **qu'un suivi régulier soit fait en CSE central sur le déploiement progressif du projet, ainsi que des bilans d'exploitation réguliers, afin de pouvoir compléter leur vision globale et discuter des conséquences à court, moyen et long terme sur l'emploi et les métiers de l'entreprise.**

En effet, les pleins effets attendus de l'utilisation de l'outil (« *Une organisation plus commune à l'entreprise* » (page 13 du rapport) et « *mieux travailler ensemble pour mieux valoriser nos contenus* » (page 4 du document d'information-consultation)) ne commenceront à se voir que lorsqu'au moins 2 des 3 grands périmètres seront équipés, c'est-à-dire au mieux dans 1 an, et quand OpenMedia sera interconnecté avec d'autres outils (exemple : les régies automatisées).

Concernant la partie « tronc commun » du projet OpenMedia, la direction souhaite recueillir l'avis des élus du CSE central sur :

- le déploiement d'OpenMedia
- le paramétrage général
- les standards d'utilisation des outils de conducteur
- la méthode déployée pour l'étude d'impact

Eclairés par le travail d'expertise du Cabinet Secafi, les élus du CSE central émettent les préconisations suivantes :

### **Sur le paramétrage de l'outil**

Les élus du CSE central ne peuvent rendre un avis sur le paramétrage général qui n'a pas encore été validé par FTV. Le groupe de travail a encore 6 pages à traiter sur les 43 du document de spécifications qui sert à CGI pour paramétrer l'outil.

**Préconisation n°1 : Une présentation ultérieure avec recueil d'avis devront être faits en CSEC afin que l'information-consultation sur le déploiement du nouveau système d'information des rédactions - Phase 2 conducteurs (nouvel outil OpenMedia) soit complète.**



## **Sur l'ergonomie de l'outil**

Le travail de standardisation de l'outil va faire perdre aux utilisateurs l'hyperpersonnalisation existante : « *Un outil unique globalement standardisé peu personnalisable* », « *la personnalisation sera ici limitée* » (page 13 du rapport).

« *Une mauvaise utilisation du système d'indexation risquerait d'avoir des impacts importants sur la facilité d'utilisation de l'outil* », « *L'ergonomie d'OpenMedia est un sujet (de désaccords ?) d'appropriation de l'outil* », « *Il y a eu au cours des ateliers de nombreuses remarques quant à l'ergonomie de l'outil, tant en termes visuels qu'organisationnels [...] L'exemple de la saisie des durées est particulièrement frappant car l'outil génère des clics supplémentaires qui n'enrichissent pas l'expérience utilisateur* » (pages 16, 17 et 28 du rapport).

**Préconisation n°2 : Si l'outil n'est pas ergonomique, les futurs utilisateurs risquent de se sentir frustrés en comparant avec ce qu'ils ont perdu. L'appropriation risque d'être difficile et les risques de contournements sont grands. Un processus d'amélioration continue de l'outil doit être organisé.**

« *L'outil est très riche en termes de fonctionnalités affichées. Aussi, il serait préférable de l'utiliser sur un écran 24 pouces comme le recommande CGI* » (page 17 du rapport).

**Préconisation n°3 : Vérifier et équiper tous les personnels concernés par un écran 24 pouces.**

**Préconisation n°4 : Trouver une solution pour les salariés concernés qui pourraient être amenés à réaliser leur activité en télétravail.**

« *Un exemple, mais d'autres sortiront avec les déclinaisons par établissement : un salarié note que le logiciel ne peut être utilisé que sur une moitié d'écran, l'autre étant utilisée par un logiciel qui surveille le niveau de charge des batteries des micros HF* » (page 17 du rapport).

**Préconisation n°5 : Il est nécessaire de vérifier l'équipement technique adapté à chaque métier et/ou activité.**

**Les élus du CSE central rappellent que l'ergonomie reste la première des préventions des risques professionnels.**

**Préconisation n°6 : Déterminer les critères à surveiller lors des entraînements et des JT à blanc qui permettront d'évaluer l'ergonomie de l'outil. Exemples de critères : rapidité d'exécution, taux d'erreur, mémorisation dans le temps, satisfaction subjective...**

## **Sur l'évolution des pratiques**

La fabrication d'un conducteur obéit à une chaîne de décisions. La charge mentale liée à la contrainte de temps impose que chaque acteur connaisse et respecte son rôle et son périmètre d'action.

**Préconisation n°7 : Bien formaliser et communiquer sur les profils et les règles d'accès, sur les profils de consultation et ceux de validation, mais également les cas acceptés de confidentialité dont la liste pourra évoluer avec les usages.**

**Sur les impacts possibles du projet sur les organisations et les conditions de travail, l'évolution de la charge de travail et l'évolution des métiers et compétences**

« Si la direction affiche clairement l'absence d'impact sur l'organisation, la charge et le volume de travail dans le périmètre strict du projet NRCS-2, notre analyse diffère sur 2 points :

- OpenMedia offre un champ des possibles large qui pourrait impacter la répartition des tâches, soit en donnant de nouvelles fonctionnalités soit en réaffirmant des possibilités déjà existantes ;
- OpenMedia est interfaçable avec des outils dont le gain de productivité attendu est mis en avant et il le sera avec les futurs projets. Si bien que des optimisations indirectes sont, a minima, à considérer et à anticiper »,

« Selon Secafi, certains métiers pourraient donc connaître des modifications des tâches réalisées à des degrés variables. Il ne s'agit pas d'alerter sur la disparition de certains métiers mais plutôt de questionner la diminution de leur population, et comprendre où et comment redéployer les gains de temps permis », « Les salariés de la direction de l'ingénierie dédiée aux rédactions vont devoir se former sur les nouvelles compétences d'architecte SI ou Chef de projet SI » (pages 5, 6, 10, 30, 31 et 35 du rapport).

**Préconisation n°8 : Organiser des groupes de travail par métier (scriptes, techniciens vidéos, opérateurs synthé, chefs d'édition, personnels en charge de la maintenance des outils qui vont être remplacés, documentalistes, direction de l'ingénierie dédiée aux rédactions) au-delà des bornes de chaque périmètre afin de mesurer collectivement l'impact d'OpenMedia.**

**Préconisation n°9 : Pour les métiers significativement impactés, préparer et organiser une Gestion des Emplois et des Parcours Professionnels (GEPP) ciblée en tenant compte de l'impact des autres outils (automates, PAM, etc.).**

Les impacts potentiels se préciseront au fur et à mesure du travail sur les spécificités qui sera réalisé sur chaque périmètre de déploiement, d'où l'importance des ateliers dédiés par établissement (page 30 du rapport) ou par « plaque » (pour le Réseau France 3).

« Nous regrettons que notre présence ait été possible sur 2 des 10 ateliers de spécifications uniquement. Nous notons également, comme pour la phase NRCS-1, que les ateliers étaient majoritairement composés de Managers » (page 30 du rapport).

**Préconisation n°10 : Associer la direction, l'équipe projet, les salariés, les représentants du personnel et l'expert, s'il est désigné, lors de ces ateliers. Proposer aux acteurs un calendrier suffisamment tôt pour que chacun puisse être libéré de ses obligations professionnelles le temps nécessaire aux ateliers.**

OpenMedia utilisera les informations saisies depuis Newsboard (prévisions, couvertures...) (cf document d'information-consultation). « Selon Secafi, l'instabilité de la plateforme Newsboard

pendant les formations, même si elle s'amenuise, pourrait affecter les attentes autour d'OpenMedia » (page 6 du rapport).

« L'enchaînement et l'imbrication de Newsboard et OpenMedia impliquent des conditions nécessaires et indispensables de bon fonctionnement et de maîtrise de Newsboard. L'hypothèse d'écueils concernant Newsboard aussi bien dans les formations que dans sa maîtrise par les utilisateurs, décalerait a minima le déploiement d'OpenMedia au risque de perdre l'a priori positif et les attentes sur les capacités de l'outil. Existe-t-il un plan de repli ? » (page 28 du rapport).

« L'équipe projet FTV comprend 2 intervenants de Scisys, dont l'acquisition par CGI il y a 1 an est selon Secafi un élément à suivre. En effet, les perturbations de la plateforme de formation NRCS-1 [Newsboard] et davantage encore le temps de correction de cette instabilité peuvent être dus à des réorganisations internes (Scisys-CGI). La direction nous affirme néanmoins que la réactivité de l'intégrateur est à nouveau dans les standards attendus » (page 30 du rapport).

**Préconisation n°11 : OpenMedia ne pourra être pleinement opérationnel qu'à 3 conditions : le déploiement sur toute l'entreprise, l'interconnexion avec d'autres outils (à commencer par Newsboard) et l'appropriation par les utilisateurs. La stabilisation technique de Newsboard ainsi que des formations complètes et opérationnelles sont des priorités.**

### **Sur la formation à l'outil**

« Un travail d'identification des besoins de formation individuelle complexifié par la diversité des situations et des processus. En effet, pour s'adapter aux organisations locales, les compétences et les rôles sont parfois partagés. Comment s'assurer d'orienter les futurs utilisateurs vers les bons modules de formation ? Nous constatons régulièrement dans les formations longues, à plusieurs modules ou espacées dans le temps, un oubli plus ou moins important du fonctionnement de base [...] Les formations en cours doivent permettre d'identifier d'éventuelles fractures numériques qui n'épargnent pas les jeunes et touchent 17% de la population. » (pages 6 et 33 du rapport).

**Préconisation n°12 : Les différentes formations à OpenMedia doivent être adaptées à la diversité des situations et des processus. Systématiser le rappel des fonctionnalités de base. Déceler et accompagner une possible fracture numérique.**

« Les salariés FOR auront aussi la responsabilité de la post-formation qui consiste à l'accompagnement des salariés pour lesquels la formation initiale n'a pas suffit » (page 34 du rapport).

**Préconisation n°13 : Laisser suffisamment de temps aux salariés FOR afin qu'ils puissent consolider leurs compétences et qu'ils aient la confiance nécessaire à l'accompagnement de tous. L'enchaînement initialement prévu lors de la phase 1 (Newsboard) était trop court et source de stress pour ces salariés.**

### **Sur l'accompagnement des salariés concernés par le projet**

L'impact du projet ne prend en compte que le projet lui-même, pas les impacts des projets précédents, parallèles ou prochains. Cela peut faire trop pour les moins à l'aise avec le numérique ou les transformations à répétition.

Les managers et les FOR sont doublement exposés à la charge mentale inhérente à toute évolution des pratiques professionnelles, car ils sont à la fois porteurs du projet et utilisateurs.

**Préconisation n°14 : Être attentif, à tous les niveaux de la ligne hiérarchique, aux signaux faibles tout au long du déploiement du projet.**

Les élus du CSE central comprennent que l'équipe projet pense que le mode d'emploi de l'utilisation de l'outil passe par les formations, sans que soit préalablement rédigé de procédures génériques. Il est pourtant nécessaire que chacun sache qui fait quoi lorsqu'on ambitionne « *Une organisation plus commune à l'entreprise* » et « *Une harmonisation des Processus* » (page 13 du rapport).

« *La méthode RASIC d'évaluation et de clarification des responsabilités (Responsable, Acteur, Support, Informé et Consulté) se prêterait parfaitement dans le cadre de la diffusion de l'information dans l'étendue de sa variété* » (pages 5 et 22 du rapport).

**Préconisation n°15 : Communiquer largement la méthode d'évaluation et de clarification des responsabilités (sur le modèle du RASIC ou équivalent) pour uniformiser les procédures et leur cadre d'exécution.**

**Préconisation n°16 : Une analyse avant-après doit permettre la mise en lumière des améliorations apportées par le passage à OpenMedia.**

Les élus du CSE central rappellent à la direction que conformément à l'article L.2312-15 du Code du travail, elle rend compte, en la motivant, de la suite donnée aux avis et vœux du comité.

Vote :

Pour : 22

Contre : 0

Abstention : 1

Le 10 décembre 2020



## **Résolution du CSEC sur le projet d'évolution de l'organisation au sein de la direction des ressources humaines et de l'organisation**

Les élus du CSEC estiment que les réponses aux questions posées en séance ne sont pas assez complètes et précises, que le document n'est pas assez clair et difficile à comprendre. Ils veulent plus de temps pour analyser le projet.

Pour se faire, ils demandent la réunion d'une commission du CSEC en janvier avec les responsables du projet afin de répondre plus en profondeur aux questions des élus.

Les élus s'inquiètent notamment du positionnement de la DSQVT, de la création d'une nouvelle strate hiérarchique et s'interrogent sur la pertinence de cette nouvelle organisation en regard des déclarations d'intention.

Enfin, ils souhaitent que le CSEC soit consulté sur le projet avant sa mise en œuvre lors de la réunion de janvier 2021.

Adopté à l'unanimité des élus.

Les organisations syndicales CGT, SNJ, CFDT et FO s'associent

Le 11 décembre 2021