

# Compte-rendu du CSE du réseau France 3 du 28 au 30 avril 2021

A l'heure où la régionalisation est présentée par la direction de l'entreprise comme un de ses projets stratégiques majeurs et un horizon plein de perspectives pour les salariés de France 3, plusieurs signes sont venus calmer les espoirs de ceux qui rêvent le plus d'une inversion du modèle, CGT en tête.

Prochaines étapes du projet, conditions financières et sociales, externalisation des activités sont autant de très mauvais signes.

## Un budget qui ne permet pas de financer la régionalisation

Ce n'est pas un scoop, chacun sait que la trajectoire financière de France Télévisions ne permet pas à l'entreprise de se développer, sauf à engager des économies considérables qui ont un impact en 1<sup>er</sup> lieu sur les conditions de travail et la santé des salariés.

Entre 2018 et 2022, l'État a imposé une baisse de 160 M€ des ressources publiques, ce qui revenait à imposer à l'entreprise 400 M€ d'économies pour financer le numérique, la création ou la régionalisation.

Dans les faits, on observe que le projet régional doit se construire avec des effectifs en baisse et un budget constant cette année (ce qui est déjà presque une faveur au sein de l'entreprise). Ainsi en 2021, alors que la redevance va encore baisser de 60 M€, le budget du Réseau augmente de 3,7 petits millions d'euros par rapport au budget 2020, pour atteindre 410 M€. Cela cache une nouvelle baisse de près de 21 ETP, certes moins forte que les années précédentes, mais une baisse quand même sur une structure déjà bien affaiblie, où la tension productive se fait sentir chaque jour et où les absences ne sont pas remplacées. On a vu, avec le lancement du 18h30, l'incapacité de l'entreprise à dégager les moyens adéquats (et des moyens tout court).

C'est d'autant plus inquiétant pour la suite qu'en 2020, à la faveur de la crise sanitaire, le réseau régional a économisé 24,5 M€, en grande partie sur l'emploi – celui des postes vacants et des non permanents qui n'ont pas pu travailler – et sur les frais de mission. Le Réseau représente à lui seul les  $\frac{3}{4}$  des économies de masse salariale faites par FTV en 2020. Au final, ces économies n'ont été mobilisées ni au service de l'emploi, ni à celui des projets, elles ont juste servi à afficher un résultat bénéficiaire et à verser de

l'intéressement. Une vision à court terme, assez loin des enjeux et des responsabilités sociales de l'entreprise, de notre point de vue.

Pour tous les détails du bilan financier 2020 et du budget 2021, voir le [compte-rendu de la commission économique-structure du CSE](#).

## Les prochaines étapes de la régionalisation

Jusqu'ici, la régionalisation a rimé avec diffusion des matinales filmées de France Bleu et allongement des tranches d'info du 12/13 et du 19/20. Le lancement du 18h30 s'est d'ailleurs fait dans la douleur, alors que nombre d'antennes n'avaient toujours pas digéré les allongements du 11h53 et du 18h53.

La prochaine grande étape est prévue en septembre, avec des aménagements de grilles, dont certains relèvent à ce stade du marketing. Ainsi, chaque antenne régionale arborera un logo régional, tout au long de la journée, quelle que soit la nature du programme diffusé.

D'autres ajustements sont en cours, afin d'augmenter la circulation des programmes entre les antennes, utiliser au maximum les droits des œuvres, afin de réexposer les documentaires et autres captations sur différents créneaux.

A la rentrée, la tranche de la matinée va être revue, avec des matinales de France Bleu allongées jusqu'à 9h, puis une nouvelle émission matinale en lieu et place d'Ensemble c'est mieux et enfin un créneau d'une heure destiné à des réexpositions de docs et de magazines.

La nouvelle émission matinale, d'une durée de 46 minutes sera fabriquée en interne, assure la direction. Il s'agira d'une émission avec une tonalité environnement / initiatives positives, dotée d'un certain nombre de rubriques imaginées par les responsables éditoriaux des différentes régions, en fonction des attentes du public.

Autre évolution, la rénovation des sites internet régionaux, d'un point de vue technique pour les rendre plus ergonomiques et d'un point de vue éditorial pour développer d'une part les papiers fouillés et enrichis, d'autre part l'interaction avec les publics. Ce travail est à peine commencé, affirme la directrice du Numérique régional.

Enfin, la direction souhaite relancer l'expérimentation sur les régies automatisées, mais en mode laboratoire du futur JT régional, avec un travail sur la mise en image. Cette expérimentation « à blanc » devrait se faire sur un site régional disposant d'un plateau inutilisé.

Pour plus de détails, voir le [compte-rendu de la commission économique du CSE central](#).

A ce stade, difficile d'imaginer les impacts positifs du projet stratégique sur l'activité des salariés. Les étapes suivantes prévoient de manière assez floue la régionalisation des après-midis entre 14 et 16h, ainsi que le renforcement des secondes parties de soirée. En revanche, pas de prime-time récurrent, juste des prises d'antenne exceptionnelles.

Vu les moyens humains et financiers, les élus CGT craignent que la régionalisation soit synonyme d'industrialisation des tâches et de productivité, tandis que la créativité sera externalisée, via des coproductions. Ils l'ont exprimé dans leur ➔ [déclaration liminaire](#).

## L'attaque de la direction contre les maquilleuses

Autre signe qui va dans le même sens : l'appel d'offres en cours sur les 24 antennes régionales pour recourir à des prestataires externes pour le maquillage.

La direction affirme qu'il s'agit de se mettre en conformité avec la réglementation sur les marchés publics, parce qu'au fil du temps des antennes ont recouru à des prestations externes (esthéticiennes, écoles, associations, auto-entrepreneurs, etc.) sans respecter les règles. Selon Michaël Friederich, il s'agit d'un marché cadre à bons de commande, c'est-à-dire que les antennes n'auront pas obligation d'y recourir, sauf si elles doivent prendre une prestation externe. Selon le directeur de la coordination de l'exploitation, les chefs de centre auront le choix entre faire appel à une maquilleuse intermittente ou recourir à un prestataire. Il assure que les maquilleuses intermittentes pourront continuer à travailler, là où c'est le cas actuellement.

Pour les élus, il s'agit d'un marché de dupe et d'une externalisation généralisée à terme. Il est clair que, vu les objectifs d'ETP qui sont fixés aux chefs de centre, ces derniers seront incités à recourir aux prestataires externes, qui ne comptent pas dans les ETP.

Dans une ➔ [motion](#), les élus ont demandé à la direction de revoir sa politique en la matière pour redevenir employeur direct de maquilleuses professionnelles, tel qu'elles existent dans l'accord collectif et l'accord de branche. Ce changement de politique est rendu nécessaire dans le cadre de la régionalisation qui doit voir augmenter l'activité, ainsi qu'au regard de la responsabilité sociale et environnementale de l'entreprise qui se targue de promouvoir l'égalité entre les femmes et les hommes ; on rappelle que le métier de maquilleuse est essentiellement féminin.

À ce propos, l'ensemble des organisations syndicales représentatives du Réseau a lancé une pétition que vous pouvez signer ➔ [ici](#).

## Santé au travail

Les points santé n'ont pu être tous traités faute de temps. Seul le PCA (plan de continuité de l'activité) a fait l'objet d'un bref débat, la direction n'ayant pas transmis les documents aux élus. Vu l'évolution des directives gouvernementales concernant la situation sanitaire, la direction de France Télévisions a modifié le plan de continuité de l'activité à **partir du 10 mai**. Les JT par antenne reprennent à partir de cette date ainsi que *Dimanche en politique*. La jauge des personnels sera adaptée, nous dit-on, mais toujours contrainte : 29 personnes autorisées par antenne, managers compris, hors BIP et locales. **Le télétravail reste la règle jusqu'à nouvel ordre** avec les dérogations que

l'on connaît. Le retour des autres programmes dont le 18h30 est prévu dès le 24 mai (enregistrements possibles la semaine précédente).

Invité, l'un des médecins du travail de FTV rappelle l'importance de respecter tous les gestes barrière. L'une des élues regrette que l'aération des locaux ne soit pas suffisamment mise en œuvre. Quant aux vaccinations, la médecine du travail n'ayant à sa disposition que l'AstraZeneca ou le Janssen qui ne peuvent être administrés aux moins de 55 ans, elle avoue qu'elle ne pourra plus vacciner, dès lors que la population vaccinable sera élargie.

Par ailleurs, concernant la politique RH, la CGT déplore que les règles annoncées en CSSCT n'aient pas été respectées. En effet, la direction avait affirmé que si les salariés sans activité avaient bien pris leur congés, Récup et RTTE, ils seraient placés en absence autorisée payée (= mise en disponibilité) et qu'une communication au plus près du terrain serait faite pour éviter les incompréhensions. A priori, ça n'a pas été le cas partout puisque certaines UOA ont essoré les compteurs en planifiant des RTTE non générées. Encore une distorsion entre ce qui est annoncé et ce qui est fait !

Le 11 mai 2021

---

#### N'hésitez pas à solliciter vos élu·e·s CGT :

▲ Titulaires :

Élisabeth Braconnier (Besançon), Chantal Frémy (Toulouse), Jean-Hervé Guilcher, secrétaire du CSE (Brest), Annabelle Igier (Reims), Fabienne Labigne (Nantes), William Maunier (Metz), Pierre Mouchel (Bordeaux), Christophe Porro (Marseille), Thierry Pujo (Limoges), Sylvie Samson (Orléans).

▲ Suppléant·e·s :

Delphine Collin (Poitiers), Karine Cévaër (Rennes), Rabéa Chakir-Trébosc (Bordeaux), Danilo Comodi (Le Havre), Philippe Conte (Grenoble), Isabelle Debraye (Amiens), Laurent Faure (La Fabrique, Toulouse), Claire Lacroix (Marseille), Thomas Raoult (La Fabrique, Rennes), Frédéric Rinauro (Montpellier).

▲ Représentant syndical : Denis Milan (Lyon).



## CSE réseau d'avril 2021

Compte-rendu de la commission économie et structures  
du 14 avril 2021 (en visio-conférence)

Présents pour les élus : Jean-Manuel Bertrand, Danilo Comodi (rapporteur),  
Bruno Demange, Patricia Jomain, Christophe Porro.  
Pour la direction : Philippe Angot (directeur finances du réseau), Samuel Bignon  
(président de la commission)

Ordre du jour : étude du budget 2021 et bilan 2020

### **Contexte**

Sans surprise, le bilan de 2020 n'a rien à voir avec les prévisions. Après une année marquée par la crise sanitaire et un premier confinement qui a réduit drastiquement l'offre régionale, la masse salariale est en retrait de 11 M€ sur les prévisions, avec le même constat dans toutes les régions. Les charges hors personnels sont également en net recul avec 13,5 M€, notamment à cause d'un faible recours aux prestations de la Fabrique, et la forte baisse des frais de missions.

Les recettes publicitaires ont fortement chuté au 1<sup>er</sup> semestre 2020. Et depuis le début de l'année, elles ne sont pas au niveau espéré, et budgété.

L'élaboration du budget total 2021 s'est fait sans tenir compte du résultat de l'année écoulée, et reprend les bases des prévisions 2020, avec une légère hausse (+ 3,7 M€), malgré une baisse d'ETP (- 20,6 ETP).



## **Point 1 : étude du budget 2021 et bilan 2020**

Le budget 2021 du réseau s'élève à **410,4 M€**, en hausse de **0,9%** (3,7 M€) par rapport au prévisionnel 2020, et en hausse de 7,4% (28 ,2 M€) par rapport au réalisé 2020.

L'objectif de **baisse des ETP du réseau pour 2021 est de - 20,6** (de 2905,9 en 2020 à 2885,3 en 2021).

La direction souligne cette baisse, qu'elle qualifie de modérée par rapport aux autres secteurs de l'entreprise (- 0,7 % contre - 2,5%). C'est là qu'il faut voir, d'après elle, la contribution de FTV à la régionalisation.

L'évolution des ETP en 2021 par rapport aux années précédentes par région :

Région	ETP Budget 2019	ETP Budget 2020	ETP Budget 2021	évolution 21/20
Auvergne Rhône-Alpes	342,5	336,9	333,9	- 3
Bourgogne Franche-Comté	223,7	218,6	218,5	- 0,1
Bretagne	155,4	151,8	150,2	- 1,6
Centre Val-de-Loire	121,2	117,8	117,7	- 0,1
Grand-Est	396,9	384	380,6	- 3,4
Hauts-de-France	259,6	251,2	248	- 3,1
Normandie	217	212,3	212	- 0,3
Nouvelle-Aquitaine	433	427	424,9	- 2,1
Occitanie	311,2	303,1	301,6	- 1,5
Paris Ile-de-France	165,5	95,6	94,3	- 1,3
Provence-Alpes Côte d'Azur	264,6	258	254,1	- 3,9
Pays de la Loire	119,5	120	119,9	- 0,1
Siège	40,7	29,6	29,6	0

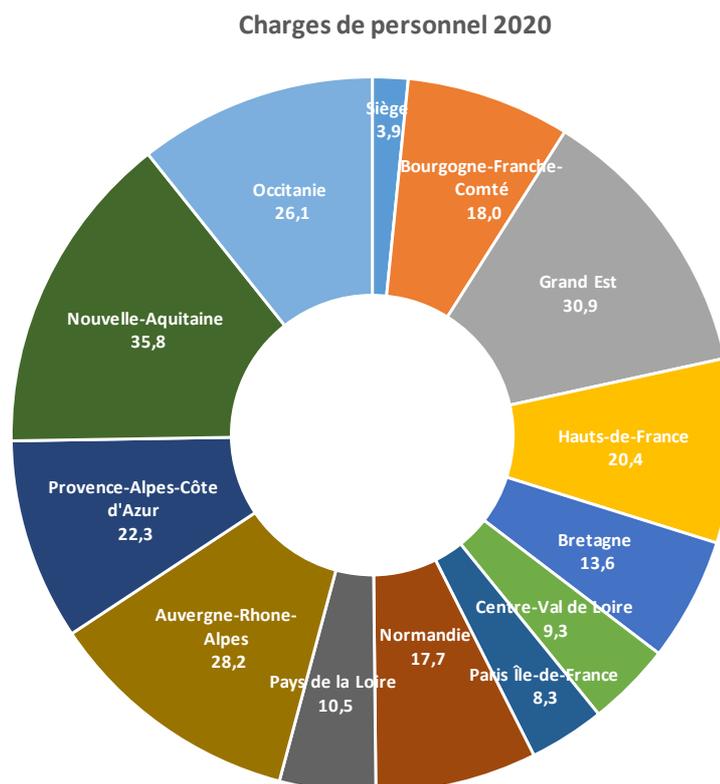
Pays de la Loire et Centre Val de Loire, considérées comme prioritaires pour un rééquilibrage des moyens, n'obtiennent pas de renforts en ETP. Elles sont stables, comme Bourgogne Franche-Comté. Les plus pénalisées sont Grand-Est et PACA, notamment en raison de nombreux départs RCC.



## Les dépenses

### La masse salariale

En 2020, le réalisé est donc très largement inférieur à la prévision : 245,1 M€. Voir détail ci-dessous.



Toutes les régions ont fait de grosses économies à cause de la pandémie (-11 M€ par rapport aux prévisions). Pour plusieurs raisons. La principale est le non recourt aux CDD pendant toute la période du confinement du printemps, puis les semaines qui ont suivi. La direction ne donne pas de détails précis. En fin d'année, les contrats ont été plus nombreux pour pallier la prise tardive de congés des statutaires, notamment due à l'impossibilité de mettre plus de cinq jours sur le CET.

Autre explication, de nombreux départs en RCC n'ont pas été remplacés au 1<sup>er</sup> semestre (parmi ceux qui doivent l'être). Il y a eu très peu de recrutements pendant quelques mois. Certains ont été retardés parce qu'il n'y avait pas d'activité suffisante pour justifier l'embauche immédiate.

Il y a également eu très peu d'heures supplémentaires en 2020. La compensation des « *forfaits Eléments Variables* » (0,5 M€) n'a pas comblé totalement la différence.



Des absences pour garde d'enfants ont été prises en charge par la sécurité sociale, ce qui réduit également la masse salariale de 2020.

Les régions qui ont réalisées le plus d'économies sont les trois plus grosses. Elles sont passées de trois à une édition, et celles qui ont de nombreuses locales. Ce sont celles qui ont, relativement, le plus supprimé de temps d'antenne.

AURA : - 1,5 M€, Grand Est : - 1,5 M€, Nouvelle Aquitaine : - 1,7 M€.

Occitanie, qui a de nombreuses locales, a aussi moins dépensé : - 1 M€.

Pour 2021, la masse salariale budgétée en 2021 est en légère hausse à 257,5 M€ (+ 0,5%), du fait de la hausse mécanique des salaires.

La direction n'a pas réduit le budget en prévision du prolongement de la crise sanitaire, cette dernière étant difficile à anticiper. Il vaut mieux prévoir plus que moins dans ces conditions. Le début d'année montre que nous serons de nouveau en dessous des prévisions avec le retour de la mutualisation des JTR pour au moins quatre semaines, et la suppression des émissions d'antenne.

Mais l'expérience de 2020 qui a permis de remplir un conséquent matelas, ne l'a rend pas plus conciliante avec les CDD qui se sont vus, une nouvelle fois, annuler des contrats quand il n'y avait pas d'engagement écrit. Les statutaires sont également poussés à prendre des congés en plus de RTTE ou recup employeur pendant la période du troisième confinement.

Région	Masse salariale B-2020	Masse salariale B-2021	évolution 21/20
Auvergne Rhône-Alpes	29,7	29,8	+ 0,1
Bourgogne Franche-Comté	18,4	18,7	+ 0,3
Bretagne	13,9	14,1	+ 0,2
Centre Val-de-Loire	10,1	10,2	+ 0,1
Grand-Est	32,4	32,2	- 0,2
Hauts-de-France	21,4	21,8	+ 0,4
Normandie	18,4	18,5	+ 0,1
Nouvelle-Aquitaine	37,5	37,6	+ 0,1
Occitanie	27,1	27,4	+ 0,3
Paris Ile-de-France	9,0	9,0	/
Provence-Alpes Côte d'Azur	22,8	22,9	+ 0,1
Pays de la Loire	11,0	11,1	+ 0,1
Siège	4,5	4,3	- 0,1



## Les charges hors personnel

Le réalisé 2020 est nettement en retrait (- 13,5 M€) par rapport au budget 2020. Rien que pour les prestations internes (essentiellement recours à la Fabrique), la différence atteint 8,2 M€. Il y a eu plus de 4000 jours non consommés. L'arrêt des émissions en régions, la moindre couverture des Municipales, l'arrêt d'ECM à IdF pendant le confinement ont fait chuter la facture.

Pour 2021, le budget des prestations internes est en légère hausse. Toutes les demandes de prestations des régions ont été validées. Il est prévu 14019 jours à La Fabrique (13982 en 2020).

Pour les achats de programmes et prestations techniques, le budget est en hausse avec 26,7 M€ (+ 21%). Il faut financer 12 nouvelles diffusions de matinales de France Bleu. Les retransmissions sportives, notamment le dimanche, devraient être de plus en plus nombreuses. Et certaines se feront sans nos moyens internes, qui disparaissent lentement, et sans la video mobile de la Fabrique, jugée trop grosse pour des diffusions régionales. Il faudra donc faire appel à des boites de prod pour le sport. Comme c'est le cas dans certaines régions pour les débats des élections de juin prochain.

La perspective de diffusion de procès dans les tribunaux est regardée avec attention. Le Garde des Sceaux a dit préférer une programmation sur le service public, en spécifiant que c'est le diffuseur qui paiera la facture pour les captations.

Les frais de missions et les transports sont en retrait de 3,8 M€ (- 37%) pour l'année 2020. Forcément à cause de la chute, voire l'arrêt de certains déplacements et hébergements. Pour 2021, il est prévu un budget moindre que celui de 2020.

En 2020, les frais de sécurité liés au Covid (masques, plexi, entretien, nettoyage) ont été pris en central. Mais pour 2021, l'entretien et le nettoyage sont pris sur les budgets des régions, d'où une hausse de cette ligne cette année.

Les amortissements sont en baisse car de nombreux projets lancés au cours des années 2010 sont maintenant amortis. Comme imedia, le MPEG4, les régies Fly.

Les prévisions d'investissements sont en hausse : 16,8 M€ en 2021 (16 M€ en 2020). Le rattrapage de travaux qui n'ont pas pu se faire en 2020 se répercutent cette année.

Les principaux postes sont les régies MOSAR (Caen : 0,88 M€, Clermont : 0,92 M€, Poitiers 1,6 M€, Reims : 0,74 M€).

Des travaux immobiliers sont nécessaires à Caen, Clermont et à Poitiers qui déménage complètement son centre. Tours et Perpignan changent également de locaux en 2021.

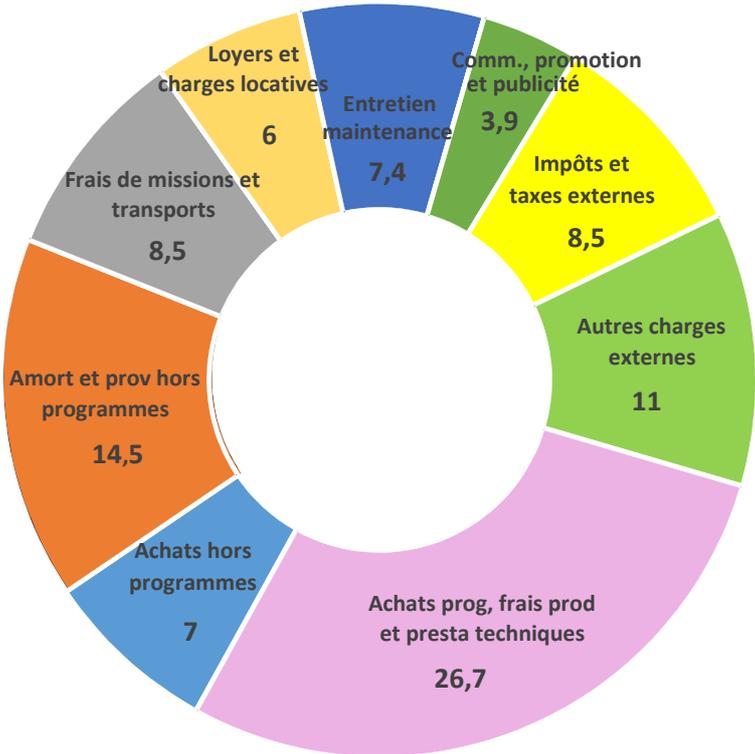


L'accueil de Radio France à Rennes nécessite 1,5 M€ d'investissement.

Le coût de l'expérimentation à Rouen, et de son abandon, n'est pas révélé. La direction spécifie juste que la direction des technologies prend une bonne partie des coûts, dont le consulting.

Le financement des documentaires régionaux reste stable à près de 9 M€. Une faible part des 101 M€ que FTV y consacre chaque année. Le réseau assure donc son obligation règlementaire. En 2020, le budget est légèrement dépassé à cause d'engagements qui ont été payés, même si la production n'a pas commencé.

Le budget 2021, hors masse salariale et prestations internes, **93,4 M€ de dépenses**, se répartit comme suit (en M€) :





## Les Recettes

### Publicité et parrainage

Après deux très bonnes années en 2018 et 2019, la publicité a dégringolé en 2020, forcément à cause du contexte sanitaire. Le déficit est de 4 M€ sur une prévision de 14,2 M€. L'essentiel a été perdu lors du 1<sup>er</sup> confinement, quand tout s'est arrêté. La reprise observée à partir de l'été, et la stabilité du marché jusqu'à la fin de l'année n'ont pas été suffisantes pour réduire la différence. Les prévisions 2021 anticipent la poursuite de la crise avec un objectif inférieur à celui de 2020. Ce début d'année est d'ailleurs mauvais, contrairement à l'antenne nationale. La reprise est espérée pour mai et juin.

La mise à l'antenne du 18h30 n'amène pas de créneaux supplémentaires pour la pub régionale. C'est le même écran qui glisse.

Pour le créneau régional d'après 20h, on constate une baisse par rapport aux années précédentes, sans trop d'explications. Et toujours pas de nouvelles de la possibilité de faire de la publicité ciblée et segmentée.

Les partenariats hors écrans ont pris le relais de la publicité avec une estimation de plus d'1 M€, alors que cette ligne est rarement budgétée en début d'année. Mais ce ne sont pas des rentrées de cash. Ce sont des échanges de bons procédés sur les événements culturels régionaux.

Les parrainages ont tenu le choc. Ils ont été légèrement au-dessus des prévisions à 3,9 M€. Ils augmentent un peu pour 2021.

La commission de la régie pub avoisinant les 2,5 M€, **le budget 2021 prévoit au final une recette nette de 15,6 M€ sur la pub et le parrainage.**

### Les COM régionaux

Quatre régions ont signé des Contrats d'objectif et de moyens et le reconduisent : Bretagne, Centre Val-de-Loire, Nouvelle-Aquitaine et Pays de la Loire. PdL est en cours de signature. Les montants sont quasi identiques.

Le plus gros est celui de Nouvelle-Aquitaine, qui reste à 977.000 €. La grande part de cette somme est affectée aux programmes de NoA, qui sont parfois diffusés également sur F3 NA.

PACA a signé une convention spécifique pour le documentaire : Med in Doc pour 105.000 €

Pour les régions qui sont en négociation, l'éventuel changement de majorité lors des élections de juin pourrait rebattre les cartes.



En conclusion, ce budget 2021 ne comporte aucune référence à la régionalisation, pourtant le grand objectif du réseau pour cette année. Aucune provision, aucune ligne ne laisse espérer le financement de ce projet stratégique. La présentation de ce budget est identique à celle des autres années. Austérité et rigueur sont là, comme si rien de neuf n'est attendu...



Commission économique du CSEC FTV

## Projet de régionalisation

7 avril 2021

**Présents pour la commission :** Jean-Hervé Guilcher (rapporteur), Pascal Lefebvre, Pierre Mouchel, Didier Ricou.

**Présents pour la direction :** Alain Astarita, *directeur de la coordination et du développement des régions*, Samuel Bignon, *DRH du Réseau France 3*, Germain Dagognet, *directeur de la régionalisation*, Jacques Denoyelle, *directeur du dialogue social*, François Desnoyers, *directeur du Réseau France 3*, Marie-Laurence Ferracci, *Secrétariat général de France 3*, Philippe Martinetti, *directeur adjoint du Réseau France 3 en charge des antennes et des programmes*.

-----

François Desnoyers a rappelé les attendus du projet : « la volonté de faire en sorte que la présence régionale, son poids, sa posture dans l'ensemble des programmes de la Trois, soit plus visible ; on ne parle pas que de volume ». Germain Dagognet insiste sur les ambitions en termes de proximité avec le public.

Le projet doit s'étaler sur plusieurs années jusqu'à fin 2023. La direction a présenté une ébauche de séquençage à la commission économique du CSE central.

Une première présentation du « projet de développement de chaînes régionales au sein du réseau France 3 » a eu lieu le 28 janvier 2021 devant les élus du CSE du Réseau.

En parallèle, la direction a engagé un travail au niveau de ses instances de gouvernance :

- Un comité stratégique mensuel autour de la présidente
- Un comité de pilotage, chargé de coordonner et d'embarquer les grandes directions de France Télévisions, intéressées de plus ou moins près au projet ou à ses implications collatérales. Cela couvre un champ aussi large que le numérique, les technologies, la communication, les antennes et programmes, l'information, la finance, l'immobilier et bien sûr la RH.



Reste à définir le volet dialogue social. La négociation d'un accord de méthode a été entamée le 13 avril avec les organisations syndicales représentatives au niveau de l'entreprise.

## Les matinales radio : la 1<sup>ère</sup> brique

Le mouvement de régionalisation a commencé en 2019, avec la diffusion des 1<sup>ères</sup> matinales de France Bleu sur l'antenne de France 3.

Selon la direction, elles représentent 400h de diffusion par antenne. L'objectif est d'aboutir à la diffusion de 24 matinales à la fin de l'année, soit 9600 h, et à 44 matinales fin 2023, soit 19000 h.

La diffusion va être allongée de 20 minutes à partir de septembre, pour couvrir la tranche 7h-9h.

## Les évolutions déjà visibles à l'antenne

**18h30.** La direction considère que le chantier de l'allongement du 19/20 est derrière elle, avec la mise à l'antenne des 18h30, dans les conditions pourtant désastreuses que l'on sait.

**Sport.** Depuis la fin janvier, les retransmissions d'événements sportifs en région, le dimanche, ont cru de manière « substantielle », selon les termes de la direction. Alors qu'en 2019, il n'y avait eu que 10 PAE sur toute l'année, en 2021, en seulement deux mois, il y a eu 21 PAE sur le Réseau, hors NoA. Ce chantier fait l'objet d'une réunion, environ toutes les 3 semaines, entre la direction du Réseau (antennes, coordination sport) et la DGDAP (direction générale déléguée à l'antenne et aux programmes).

**Une circulation plus dynamique des œuvres.** Un travail est mené avec la DGDAP, afin de « libérer » des droits pour les régions. Selon Philippe Martinetti, les droits sur les œuvres coproduites sont des droits pour l'ensemble de FTV. Les régions peuvent donc utiliser des droits secondaires sur des documentaires ou spectacles vivants coproduits par France 5, France 4 ou même France 2, étant entendu que ces dernières ont eu l'exclusivité de la 1<sup>re</sup> diffusion.

Un travail est mené en parallèle en région avec les délégués antennes et contenus, afin de les sensibiliser à cette mécanique. Un chantier de montée en compétence des DAC et des administrateurs d'antenne doit être mené, afin d'optimiser au maximum l'utilisation des droits. Jusqu'ici, un certain nombre de droits étaient inutilisés, y compris dans les programmes spécifiquement régionaux.

La commission économique souhaite une réunion plus spécifique sur la question de la circulation des programmes, la gestion des stocks et des droits.

En parallèle, de nouvelles cases de réexposition (ou « couloirs de diffusion ») pour les documentaires et magazines régionaux ont été libérées, le matin.



**Un meilleur financement des documentaires.** Cela passe, dans les antennes de France 3, par une production et une édition plus exigeantes, autour de collections plus identifiées (social, sociétal, etc.), afin d'obtenir des financements complémentaires.

**Un travail sur l'adéquation entre les offres et les attentes des publics,** mené avec la direction de la stratégie des publics, afin de déterminer quels sont les programmes les plus opportuns en fonction des cases.

## Les objectifs de la rentrée de septembre 2021

### Rénovation de la matinée (9h-11h)

**Allongement de la matinale de France Bleu.** Cf plus haut.

**Un nouveau magazine matinal.** Il est prévu sur 46 minutes à partir de 9h. il remplacera *Ensemble c'est mieux*. Il s'agira, comme l'émission actuelle, d'une marque commune aux 13 régions. Un « canevas éditorial » commun a été élaboré au cours de groupes de réflexion rassemblant les DAC, la direction du Réseau, la Stratégie des publics.

Il en ressort que la couleur générale de l'émission tournera autour du développement durable et des initiatives positives.

Le canevas inclut une sorte de « boîte à séquences » dans laquelle les régions pourront piocher pour constituer leur émission, avec une « grande initiative », selon M. Martinetti. Parmi les séquences listées : « C'est votre histoire », « le Héros du jour », « Ils ont trouvé LA solution », mais aussi du bricolage, de la cuisine, de la généalogie, des cartes blanches, etc.

**Une réexposition de documentaires et magazines** sur un créneau de 52 minutes (ou 2x26'), afin d'optimiser la circulation des programmes.

A terme, la programmation devra être faite en région, ce qui va avoir des implications en termes d'organisation (dans les antennes régionales mais aussi avec la DGDAP) et de métiers, les régions n'ayant jusqu'ici jamais fait de programmation.

Philippe Martinetti souhaite qu'on parvienne à une conduite d'antenne plus cohérente. Actuellement on alterne entre créneaux régionaux, ultramarins, nationaux, ce qui ne rend pas aisée l'identification.

### Un nouvel habillage pour l'identification régionale tout au long de l'antenne

**Mise en place d'un logo régional permanent à l'antenne (un « bug »).** L'idée est que chaque antenne régionale arbore son propre logo tout au long de la journée, que le programme diffusé soit régional ou national. La faisabilité technique et les investissements nécessaires sont en cours d'instruction.

**Diffusion d'« ident » régionaux.** Il s'agit de sortes de jingles courts en forme de slogan, comme sur les radios.



## Refonte de l'offre numérique

Il s'agit d'un projet propre à France Télévisions. A ce stade, il n'y a plus de projet de plateforme commune avec France Bleu, Radio France étant dans une approche très défensive, autour de son propre site internet.

Le projet évoqué consiste en une refonte éditoriale et technique des sites web régionaux. Ce travail doit être mené, là encore, à partir des attentes des publics. Il repose sur trois axes :

- Des contenus qui favorisent le temps long (papiers fouillés et enrichis)
- Une offre « servicielle » et conversationnelle (interaction avec le public)
- Une meilleure exposition des contenus régionaux (JT, programmes).

Les directions du numérique, du Réseau, la stratégie des publics et la direction du numérique régional doivent plancher sur le sujet entre la mi-avril et le mois de mai.

## La régie automatisée au service de l'amélioration du JT

Suite à l'échec de l'expérimentation de Rouen, la direction souhaite réorienter son approche des régies automatisées. Désormais, il s'agirait d'une expérimentation « à blanc », c'est-à-dire sans impact sur la fabrication quotidienne. Pour ce faire, l'idée est d'identifier, si possible en région, un site disposant d'un plateau libre et d'espaces suffisants pour mettre en place une sorte de laboratoire du JT régional de demain. Le travail porterait aussi bien sur la forme que le fond, à travers l'infographie, la mise en image, etc. Il permettrait d'évaluer les besoins en termes de compétences, en termes de formation et d'évolutions des métiers liés à la fabrication du JT.

## Les phases suivantes (2022-2023)

### 2022

**Région(s) test.** La direction souhaite identifier une ou plusieurs régions où seraient testés de nouveaux créneaux horaires, leurs impacts, les capacités de la région à les assumer, l'adéquation avec la demande des publics.

Il s'agirait également de tester des « formats hybrides » sur le numérique.

A ce stade, la direction n'est pas plus diserte sur cette phase du projet, sa méthode, les moyens associés.

### 2023

Cet horizon reste très vague. La direction évoque les points suivants :

- Parvenir à une « offre régionale augmentée » sur le numérique et sur le linéaire. Les tranches à conquérir seraient : le matin (7-11h), l'après-midi (14-16h), des S2 (sans plus de précision) et le sport le week-end.



- « JTR en dynamique ».
- Écriture renouvelée avec de nouveaux moyens de production (infographie/moyen de duplex/échanges d'images).

A ce niveau des discussions, les conséquences du projet de régionalisation en termes d'activité, hors JT, pour les salariés du Réseau France 3 ne sont pas connues.

Pour la commission économique,  
Jean-Hervé Guilcher  
20 avril 2021



## Motion sur le maquillage dans le Réseau France 3

Les élus ont pris connaissance de l'appel d'offres sur le maquillage dans les 24 antennes du réseau régional de France 3.

La direction le présente comme une mise en conformité juridique de prestations externalisées mises en place au fil des années dans les antennes au mépris de toutes règles.

Les élus du CSE du Réseau France 3 demandent à la direction de retirer l'appel d'offres entérinant l'externalisation de la pratique du maquillage à France 3, au détriment de salariées essentiellement féminines, mises en situation de précarité.

Ils rappellent que ce métier est répertorié dans l'accord collectif, qu'il s'agit d'une activité pérenne et permanente de l'entreprise et que des salarié-e-s sont employé-e-s en CDI ou CDDU sur cette fonction. Ils alertent sur le risque de prêt de main d'œuvre illicite que fait peser cet appel d'offre.

Ils demandent à l'entreprise d'assumer réellement la responsabilité sociale et environnementale qu'elle met régulièrement en avant au plus haut niveau de l'entreprise. A ce titre ils lui demandent d'assumer ses responsabilités en redevenant employeur direct de maquilleuses CDI ou CDDU, conformément aux accords collectifs en vigueur dans l'entreprise et dans la branche audiovisuelle.

A l'heure où France Télévisions se donne pour objectif de régionaliser l'antenne de France 3, rien ne justifie l'externalisation d'une activité de fabrication cœur de métier.

**Adopté à l'unanimité des 23 élus présents**  
**CFDT, CGT, FO, SNJ et SUD s'associent.**

le 28 avril 2021