

## #9

### Réunion du 27 avril 2023

**Représentants du personnel :** Jean-Hervé GUILCHER (Secrétaire), Rabéa CHAKIR-TRÉBOSC (référente harcèlement), Olivier MÉLINAND et Cécile POURE (CFDT), Amélie DOUAY et Emeline DROXLER (FO), Hervé COLOSIO et Myriam FIGUREAU (SNJ), Cédric BARNERON et Florence MALÉSIEUX (Sud), Guillaume LE GOUIC et Laurent MAAS (CGT).

**Membres de la direction :** Philippe MARTINETTI (président), Philippe ANGOT (directeur finances du réseau régional), Xavier RIBOULET (directeur de la Proximité), Isabelle STAES (directrice de l'information régionale), Alain ASTARITA (directeur délégué au développement et à la coordination des régions), Marie-Laurence FERRACCI (responsable de la coordination des projets à la direction de la Proximité), Nadine MOUGEL (directrice finances Grand-Est), François MASSALOUX (directeur finances Nouvelle-Aquitaine), Christian PHILIPS (directeur délégué aux moyens et à la performance opérationnelle (DDMPO) Nord-Est-Normandie), Jacques PATÉ (directeur des antennes régionales), Samuel BIGNON (DRH du Réseau France 3), Florence FOLLÉA (responsable formation).

**Salariée experte invitée :** Catherine GAUBERTI (chargée d'édition numérique à Caen).

Longtemps attendue et maintes fois reportée depuis la fin 2022, cette réunion de la CASAR visait à faire un point à date des chantiers de la régionalisation et à présenter aux élus les tableaux des potentiels humains de chaque antenne. Ces derniers sont demandés par les élus depuis le lancement des 18h30, il y a plus de deux ans.

Les débats se sont concentrés essentiellement sur deux sujets : les tableaux de potentiels et le projet d'évolution de l'organisation du numérique.

Dans l'ensemble, cette commission a été marquée, pour les élus, par la frustration et la déception.

## Les potentiels par antenne

Selon la direction financière, les tableaux présentés à la Casar résultent de la construction budgétaire et présentent les potentiels validés, répartis entre les objectifs d'antenne, une fois réalisés les arbitrages budgétaires (donc d'ETP) du début d'année.

Ces documents servent de « référence à la planification qui s'adapte ensuite aux circonstances », selon Christian Philips, DDMPO (ex-régulateur d'activité) présent.

On y voit « le niveau du besoin opérationnel des émissions », selon Philippe Angot. En revanche, n'y sont pas comptés les jours liés à la formation, au dialogue social, aux différents types d'absences, etc.

Exemple de document pour une antenne comprenant des locales :

POTENTIEL 2023 DE LANGUEDOC ROUSSILLON										
Volume annuel de l'activité - données prévisionnelles en jours										
Emissions			JOURNALISTES	DOCUMENTALISTE	MONTEUR	VIDEO	SCRIPTE	OPV	OPS - TR	ELECTRO
Info et numérique	18H30 Occitanie		36	-	-	-	-	-	-	-
	Edition locale Nimes		1 494	-	465	-	-	-	-	-
	Edition locale Perpignan		1 494	-	510	-	-	-	-	-
	France INFO EN REGION		32	-	-	-	-	-	-	-
	JT GRANDE REGION OCCITANIE		224	32	80	32	16	16	48	-
	JT MONTPELLIER		5 562	844	1 407	996	542	332	750	166
	MAG RUGBY		350	-	-	-	-	-	-	-
	NOTICIES		252	-	126	-	-	-	-	-
	Proxitanie		105	-	-	-	-	-	-	-
	DIMANCHE EN POLITIQUE OCCITANIE		315	-	-	-	18	70	35	35
	ENQUETE DE REGIONS		133	-	28	-	-	14	41	3
	Web Montpellier		1 194	-	-	-	-	-	-	-
	Programme	Vous êtes formidables		48	-	72	132	120	156	144
EXEO			-	-	18	-	-	-	-	-
Ô la belle vie			-	-	-	-	-	50	-	-
MAG CATALAN AquiSem			406	-	130	-	-	-	-	-
MAG OCCITAN			26	-	-	-	-	6	24	-
PAE Montpellier		-	-	-	4	2	6	4	2	
<b>Observations:</b> Le 18h30 est produit en commun entre Montpellier et Toulouse Les JT sont communs les week-end de moyenne et de basse activité Vous êtes formidable est produit en commun entre Montpellier et Toulouse										

Le document indique les besoins prévisionnels annuels en jours/hommes pour un certain nombre de métiers mais pas tous. Il est construit sur un socle d'activité autour du JT. Ainsi, la plupart des moyens techniques et journalistiques y sont rattachés. Plusieurs émissions bénéficient des moyens techniques du JT, utilisés dans « l'inter-JT », ces moyens sont donc comptés une seule fois sur le JT.

Dans les autres lignes, les moyens indiqués sont des moyens « marginaux », c'est-à-dire venant en plus du socle de moyens quotidiens mobilisés sur le JT.

Ce tableau est construit par des financiers dans une logique budgétaire, afin d'évaluer les besoins en ETP non-permanents. Ainsi il n'indique pas les métiers occupés à 100% par des CDI, puisque la direction financière n'a pas besoin d'évaluer un besoin en CDD.

On remarque que, d'une manière générale, le web est largement réduit à sa seule contribution journalistique. Les chargés d'édition numérique sont les grands absents, ce qui paraît signifiant. De fait, dans la plupart des antennes, les éditeurs web absents ne sont pas remplacés. La contribution des cadres éditoriaux (y compris les coordinateurs numériques) n'apparaît pas, pas plus que la contribution des services communication au web. Une partie de cette activité web est donc cachée à la lecture de ces tableaux. « Ce n'est pas une volonté d'effacement », assure Philippe Martinetti.

Ce document, est trop lacunaire pour être éclairant et permettre de comparer réellement les choix éditoriaux et les arbitrages de moyens d'une antenne à l'autre. En outre, il n'indique pas les besoins réels des directions régionales, mais les besoins ajustés en fonction des arbitrages budgétaires.

Il ne donne pas la vision des moyens existants disponibles dans chaque antenne.

D'une manière schématique, une antenne avec 110 ETP permanents représente autour de 20 075 jours de travail disponibles sur l'année, en prenant une moyenne de 182,5 jours de travail par salarié (184 jours pour les PTA, 181 jours pour les journalistes).

On retire ensuite un ratio pour la formation (3 jours en moyenne par personne et par an) et les réunions diverses et on répartit ensuite les moyens disponibles entre les différents besoins que l'on a (JT, numérique, émissions, magazines, PAE, etc.). Cela permet ensuite d'évaluer les besoins additionnels (création ou comblement de poste, besoin en non-permanents) et d'arbitrer en en redéployant les moyens d'un objectif à un autre ou en renonçant à certains objectifs faute de moyens.

Précision apportée par Philippe Angot à ce compte-rendu : « C'est 194 jours travaillés pour les PTA et 192 jours pour les journalistes, soit en moyenne 193 jours. Pour avoir les jours affectés au cœur d'activité, il faut ensuite retirer la formation, un pourcentage de maladie et les jours d'action sociale (très variables selon les services). Le chiffre moyen théorique de 181 jours pour les journalistes et de 184 pour les PTA est un nombre de jours disponibles avant déduction des jours d'action sociale ».

Les tableaux présentés ne permettent pas d'avoir cette compréhension. Les élus demandent à ce qu'ils soient complétés par les potentiels humains réels de chaque antenne, c'est-à-dire la force de travail réellement disponible, en jours/hommes (prenant en compte les temps partiels, les indisponibilités diverses, etc.). Ils demandent en outre que ces potentiels puissent être comparés à des réalisés chaque année, afin que les élus puissent mesurer les écarts.

## L'organisation du numérique en région

Le powerpoint présenté par la direction et intitulé « Bilan d'étape régionalisation et perspectives de développement pour les antennes » relève plus d'un document de communication institutionnelle que d'un document d'information des représentants du personnel.

Il met en avant les audiences, le calendrier des grandes étapes passées et sonne plus comme une forme d'auto-satisfaction de la direction. Pour prendre une image qui parle à tout le monde, on se croirait un peu à la conférence de presse de rentrée.

Les élus se sont essentiellement intéressés à l'organisation du numérique promise – et attendue – de longue date.

On est loin de la présentation d'une ligne éditoriale du numérique. La stratégie et « l'intention éditoriale » sont résumées à « articles, renforcer l'expérience vidéo, diversification des formats » et la direction croit voir dans les visites et audiences en hausse – le numérique est mécaniquement en croissance exponentielle depuis 10 ans, en dépit de notre manque de moyens, exception faite d'une baisse accidentelle en 2022, suite à une évolution technique – la validation de cette stratégie.

La commission n'a pas permis d'objectiver cette affirmation. La progression des audiences serait imputable, nous dit la direction, à la mise en place des coordinateurs numériques sur le dernier « quadrimestre » 2022, qui auraient « impulsé l'action par le haut, au sein des Codir ». Mais les membres de la commission n'ont pas eu communication de la fiche de poste de ces coordinateurs, ni de la réalité de leurs tâches et de leur action. Une fonction qui reste pour l'instant à pérenniser, les actuels coordinateurs numériques étant détachés. « On est encore en mode projet, explique Samuel Bignon, mais l'objectif est bien de pérenniser cette organisation avec les coordinateurs numériques. Cela relève de l'Espace métiers ».

Ils constatent dans le même temps que les moyens opérationnels, ceux qui produisent pour alimenter le web et les réseaux sociaux, eux, ne progressent pas. Une fois de plus, le système grossit par la tête.

A ce stade, la réalité du terrain est diamétralement opposée aux intentions stratégiques qui prétendaient de faire du numérique la colonne vertébrale des médias globaux de proximité.

La direction évoque un travail de réflexion qui a été mené, « en mode projet », au cours de séminaires rassemblant les coordinateurs numériques, les chargés d'édition numérique, les directeurs régionaux, les délégués antennes et contenus, les responsables de com et les rédacteurs en chef adjoints au numérique. Pas plus d'information.

On nous présente une hypothèse d'organigramme « en cohérence avec la stratégie éditoriale numérique », qui comprend :

- en central un délégué aux contenus numériques, 6 coordinateurs numériques centraux et, nouveauté, la création de 4 secrétaires d'édition numériques centraux.

- En région, apparition de 4 chargés d'édition vidéo numérique + les 13 coordinateurs numériques régionaux qui seraient confirmés, 28 chargés d'édition numérique. On y retrouve même 13 alternants chargés d'édition numérique et des alternants à la communication digitale... ce qui a fait tousser les élus, qui ont rappelé que les alternants sont avant tout là pour apprendre, pas pour servir de main d'œuvre pas chère.

Interrogée sur le pourquoi du comment de ce projet, la direction a eu des réponses évasives. L'organigramme présenté est approximatif, les liens hiérarchiques ou fonctionnels sont en partie erronés, les nouveaux métiers évoqués par la direction (secrétaire d'édition numérique, chargé d'édition numérique) n'ont pas des périmètres clairs. D'ailleurs, interrogé sur le profil des secrétaires de rédaction numérique, le directeur de la Proximité répond qu'il n'est « pas sûr que l'appellation soit la bonne » et qu'il n'est « pas sûr non plus que cela doive être un journaliste » : « la fiche de poste n'est pas bonne, on doit la revoir ».

Le chargé d'édition vidéo numérique est censé « mettre le bon tuyau au bon endroit, aider à récupérer des contenus, une phrase ». Il peut être un vidéo, un monteur, un chargé d'édition numérique et est censé travailler depuis sa région numérique. Laquelle ? On sait juste qu'ils seront 4. Pourquoi ? Pas de réponse.

Bref, on ne sait pas vraiment qui est quoi, qui fait quoi, pourquoi ces métiers, comment on a jaugé leur effectif.

La seule chose qui semble certaine pour la direction, c'est que les coordinateurs numériques doivent être des journalistes et que ceux qui ne le sont pas vont devoir se former.

Le débat tournant en rond, le président de la commission propose d'avancer urgemment sur le statut et la fiche de poste des chargés d'édition numérique (« on doit le régler avant le début de la saison de septembre ») et propose de mettre en place un copil autour de la stratégie et de l'organisation numérique. Ce copil serait en fait, une Casar spécifiquement consacrée au sujet, élargie, invitant des salariés experts du numérique. Elle pourrait se réunir le 14 juin.

## Autres sujets en bref

**Dimanche en politique.** La direction travaille à un renforcement de la proximité, sur des thématiques très ciblées localement, en faisant occasionnellement des diffusions ciblées sur les zones de diffusion de France Bleu (par exemple sur le seul Vaucluse ou sur la zone de la locale de Perpignan) en parallèle de la diffusion habituelle pour le reste de la région. Les modalités ne sont pas définies, mais la direction souhaite construire ces émissions avec France Bleu et les diffuser en simulcast sur les deux antennes en parallèle.

**Magazine de sport du Réseau.** La direction travaille sur un magazine hebdomadaire de 18 minutes pour le week-end. Il serait produit par la région Grand-Est, mais financé par la direction des antennes régionales (DAR). Il s'agirait d'une émission sur fond vert avec des duplex, des invités et des sujets des différentes antennes régionales.

Le Grand-Est a été choisi car il est très actif sur le sport. C'est en particulier l'antenne de Reims qui doit piloter.

**Avenir de .3 NoA.** La direction réfléchit à une réorientation de NoA vers le sport. La chaîne numérique effectuée déjà plus de 100 retransmissions par an, selon la direction, et c'est le sport qui fonctionne le mieux. Pour Philippe Martinetti, il faut lui trouver un modèle : « ça a été beaucoup un empilement de programmes consécutifs, il y a un problème de cohérence éditoriale ».

Les élus alertent la direction sur l'état du collectif qui a été abimé par l'expérience de cette chaîne. Les salariés se sont beaucoup investis dans ce projet mais se sont heurtés et ont été les victimes du dogme du « à moyens constants ».

Philippe Martinetti veut croire « qu'à partir d'un positionnement éditorial plus clair, ça va permettre d'embarquer un peu plus les équipes, y compris avec un peu de moyens supplémentaires ».

Les élus souhaitent que ce travail soit mené avec les salariés et leurs représentants.

**Appli ICI.** Une réunion est prévue en juin entre les directeurs des réseaux France 3 et France Bleu. Apparemment, les deux structures se sont peu parlées ces derniers mois avec le changement de direction de France Bleu.

Questionné sur les doublons – voire triplons – sur la plateforme ICI, Xavier Riboulet répond qu'il va inévitablement continuer à y en avoir, dès lors que France Télévisions souhaite privilégier ses plateformes propres France.tv et Franceinfo. Faire un choix entre les contenus France 3 et France Bleu réduirait mécaniquement le nombre de publications régionales de France 3 sur Franceinfo, l'appli ICI étant nourrie de nos contenus par aspiration automatique.

Le secrétaire de la CASAR  
Jean-Hervé GUILCHER  
11 mai 2023

## #10

### Réunion du 14 juin 2023

**Représentants du personnel :** Jean-Hervé GUILCHER (Secrétaire), Karine CEVAER (CSSCT), Rabéa CHAKIR-TRÉBOSC (référente harcèlement), Séverine DANGIN et Olivier MÉLINAND (CFDT), Nathalie DEUMIER et Laurent MAAS (CGT), Bruno DEMANGE et Emeline DROXLER (FO), Myriam FIGUREAU et Marc TAUBERT (SNJ), Béatrice MARIANI et Philippe PERROT (Sud).

**Membres de la direction :** Philippe MARTINETTI (président), Xavier RIBOULET (directeur de la Proximité), Marie-Laurence FERRACCI (responsable de la coordination des projets à la direction de la Proximité), Samuel BIGNON (DRH du Réseau France 3), Séverine THIREL (Coordinatrice RH des projets transverses).

**Salariés experts invités :** Emmanuel BOUARD (journaliste contributeur web à Nancy), Xavier COLLOMBIER (coordinateur numérique central), Catherine GAUBERTI (chargée d'édition numérique à Caen), Sophie GUEFFIER (chargée d'édition numérique à Nancy), Alexandra HUCTIN (coordinatrice numérique France 3 Hauts-de-France), Cécile METTE (chargée d'édition numérique à Orléans), Sophie PELLERIN (coordinatrice numérique centrale), Cécile POURE (journaliste contributrice web à Strasbourg).

#### **Cette réunion de la CASAR était spécialement consacrée au numérique régional.**

A la demande des élus, la direction a fourni un document compilant des éléments relatifs aux attentes du public et aux orientations éditoriales stratégiques, à l'application ICI, à l'organisation du numérique à France 3 et aux moyens affectés au web dans les antennes, au rôle des principaux intervenants (coordinateurs numériques centraux et régionaux, chargés d'édition numérique, rédacteurs en chef adjoints numériques, services com, à l'exception notable et inexplicable des journalistes travaillant sur le web), aux alternants, aux projets d'évolution.

En ouverture de séance, le président de la commission, Philippe Martinetti a qualifié ces éléments de « document de travail pour construire ensemble le devenir du numérique sur le Réseau ». Pour Xavier Riboulet, le directeur de la proximité, la direction s'appuie sur le travail

mené depuis un an et demi au cours des réunions et séminaires avec les coordinateurs, les chargés d'édition numériques et les rédacteurs en chef.

D'une manière générale, cette présentation du web manque de contextualisation par rapport à ce qui se fait dans les autres médias. On apprécierait également un bilan des 10 dernières années, permettant de mesurer le chemin parcouru et les évolutions stratégiques. La direction met en avant la progression des audiences, mais cet indicateur – assez marketing – ne suffit pas à valider les choix éditoriaux et stratégiques car les audiences du numérique progressent globalement depuis une dizaine d'années, du fait de la bascule des usages.

Comme on le verra plus loin, les élus déplorent que France Télévisions ait une politique de la demande (on se conforme aux attentes des publics) au détriment d'une politique de l'offre, qui serait plus dans l'ADN d'un service public.

La course à l'audience et au référencement nous rend dépendants des GAFAs et de leurs algorithmes. Ce fut le cas à une époque avec Facebook, c'est le cas aujourd'hui avec Google. Cela pose la question de notre souveraineté sur nos choix éditoriaux.

Cela interroge aussi sur la pertinence des choix stratégiques faits, au fil des années, pour le numérique régional.

Aujourd'hui le web souffre dans les antennes d'un manque de réalité structurelle tangible : postes vacants, sous-dimensionnement, contributeurs trop occasionnels, utilisation dévoyée des alternants pour assurer l'activité. On ne structure pas un projet stratégique de cette manière.

De même, sans socle minimum stable et sans harmonisation, la décentralisation du web régional entraîne des réalités hétérogènes, en fonction de l'appétence des directions locales.

En termes d'urgences, les représentants du personnel plaident en 1<sup>er</sup> lieu pour un renforcement des moyens en région, afin de produire, avant d'envisager des créations de postes supplémentaires en central.

## Les grandes lignes de la stratégie éditoriale

Ces orientations résultent des attentes exprimées par le public dans des études (études jamais fournies aux membres de la Casar, malgré de fréquentes demandes en ce sens) :

- Proximité (espace proche de chez soi et de ses préoccupations)
- Diversité des contenus info et programme
- Contenus concernés, utiles et pratiques, permettant d'agir
- Interactivité avec les antennes à travers les réseaux sociaux.

Ces demandes se traduisent dans l'offre « @proximité » élaborée par France Télévisions, qui vise – sur le papier – à permettre aux Français « de s'informer, de mieux vivre, de se cultiver et se divertir dans un rayon de 50 km autour de chez eux et au-delà en fonction de leurs intérêts ». Cela permet à l'internaute, nous dit-on, de toujours savoir ce qui se passe dans sa ville et alentour, dans sa ville natale ou ses lieux de cœur, de comprendre l'impact sur son

quotidien des grandes décisions nationales, de consulter l'agenda culturel, la météo, les infos trafic, d'avoir accès à des conseils pratiques pour améliorer son quotidien, etc.

Nos sites répondent-ils aujourd'hui à cette promesse ? Pour les élus, on en est loin faute de moyens.

Les élus ont interrogé la direction pour savoir si la doctrine pour le réseau régional était toujours : « le numérique, c'est l'affaire de tous ». Pour Philippe Martinetti, le numérique est l'affaire de tous, « ce qui ne veut pas dire "tous contributeurs" ».

## Les postes du numérique

**Coordinateurs numériques (CN)** : les coordinateurs régionaux sont en mission, certains depuis près d'un an, en attente d'une négociation syndicale en espace métier afin de définir précisément ces fonctions. Leur mission a été prolongée d'une nouvelle année, jusqu'en juin 2024. La direction espère aboutir d'ici là. Elle présente un bilan assez peu lisible pour les élus. On comprend qu'ils sont censés faire rayonner le numérique au sein des codir et des projets d'antenne. Ils sont aussi amenés à produire ponctuellement, en particulier sur les opérations spéciales. Alexandra Huctin précise qu'elle est régulièrement amenée à faire des articles ou à pallier l'absence d'un rédacteur en chef adjoint numérique ou autre.

**Chargés d'édition numériques (CEN)** : On restera prudents sur le sujet puisque sur les chargés d'édition numérique, dont l'évolution de la fiche de poste fait l'objet d'une saisine syndicale depuis 3 ans, a fait l'objet de plusieurs mois d'ateliers et de séminaires et n'attend plus que la réunion d'un espace métier, la DRH centrale bloque toute avancée par son inertie. Interpellée par la CGT début mai, la directrice des parcours professionnels et de la diversité, Béatrice Le Fouest, a répondu le 23 mai après relance que « la réflexion n'a pas encore suffisamment abouti ».

Les représentants du personnel s'interrogent sur le nombre de décennies nécessaire à la DRH pour aboutir. Ils dénoncent ce travail d'usure et d'enlisement lié aux métiers du numérique. Alors qu'on entend régulièrement affirmer que les organisations syndicales empêcheraient France Télévisions d'avancer, ils rappellent que sur le numérique, depuis plus de 10 ans, les représentants du personnel demandent inlassablement des négociations sur les métiers du numérique et que c'est la DRH qui s'y refuse avec constance, espérant développer ainsi des pratiques sauvages en mettant la pression sur des salariés pris individuellement.

Pour défendre sa corporation, Samuel Bignon, le DRH du Réseau affirme qu'il s'agit d'avoir une discussion plus transversale à toute l'entreprise. Sauf qu'à date, ce poste est propre au réseau régional et que rien n'empêche d'acter des évolutions périmétrées au Réseau, afin de capitaliser sur le travail mené en son sein.

L'attente des professionnels est forte, entre surcharge et manque de reconnaissance et de perspectives. Car aujourd'hui dans le processus du web régional, c'est le seul poste technique véritablement spécialisé sur le numérique, sur lequel se concentre un grand nombre de tâches indispensables au fonctionnement de nos sites. On leur demande d'être de plus en plus présents sur les réseaux sociaux ou d'épauler les rédactions sur le référencement.

Il paraît aujourd'hui difficile d'avancer sur un développement du numérique et la "création" de nouveaux métiers sans consolider celui de chargé d'édition numérique. Pour rappel, les éditeurs web ont assumé pendant plusieurs années de devoir transmettre des consignes venues "de Paris" à leurs collègues, notamment journalistes. Pour certains, il en a résulté de la souffrance au travail.

Les représentants du personnel ont demandé à la direction si, faute d'avancées, elle assumerait les conséquences d'un mouvement de grève des CEN sur l'audience de franceinfo.

Sauf exception (à Orléans, Marseille et Bordeaux), les CEN sont seuls dans leur antenne, ils ne sont jamais remplacés. La direction met en avant la constitution balbutiante d'un vivier, grâce aux alternants passés par France 3. 30% des CEN actuels sont issus de l'alternance, selon Xavier Collombier.

Les représentants du personnel dénoncent le recours généralisé à l'alternance pour contrebalancer le sous-dimensionnement des services web. Dans de nombreuses antennes, ces élèves se retrouvent à remplacer les CDI ou à compenser l'absence de postes. Sophie Gueffier reconnaît qu'ils seraient « en grande difficulté » sans l'apport de la force de travail des alternants.

Les représentants du personnel rappellent que les alternants sont des apprenants et non des remplaçants. Ils dénoncent ce dévoiement.

Il y a plus d'un an, afin d'évaluer la charge de travail et la surcharge cognitive des CEN, la CSSCT avait demandé, en février 2022, une « pesée de poste » par les spécialistes de la CARSAT (Caisses d'assurance retraite et de la santé au travail). La direction reconnaît qu'elle ne l'a pas fait et que « c'est une erreur ».

Les représentants du personnel préconisent le doublement du nombre de chargés d'édition numérique afin d'assurer une permanence 360 jours par an au lieu de 180 jours actuellement. Cela permettrait de couvrir les week-end et les vacances. Cela permet aussi de se répartir les tâches. A Orléans, les 2 CEN tournent par sessions de 2 semaines, l'un sur l'info, l'autre sur l'antenne. Cécile Mette témoigne du fait que cela permet de produire plus de contenus multimédias, des contenus plus longs.

La direction répond qu'il lui faut étudier la proposition.

**Rédacteurs en chef adjoints numériques (RCAN).** Dans plusieurs antennes (Strasbourg, Marseille, Nancy...), le poste de RCAN est vacant depuis de longs mois, nombre d'entre eux ayant été détachés pour assurer la mission de coordinateur numérique, et non remplacés. Pour les élus, il est incompréhensible que ces postes ne soient pas pourvus. Ils demandent qu'on commence par compléter la structure existante afin que des équipes ne se trouvent pas sans manager éditorial, comme c'est le cas actuellement à Strasbourg ou Marseille, où les journalistes sont amenés à faire relire leurs papiers par un collègue, voire par l'alternant avant publication.

Quand il y a des candidats qui donnent pleinement satisfaction, on ne leur donne pas de perspective (cf Marseille).

Il est impératif de faire monter en compétence des cadres journalistiques et de constituer un vivier.

A l'heure actuelle, selon les témoignages, il demeure beaucoup de freins et d'incompréhensions. Des rédacteurs en chefs et des rédacteurs en chef adjoints ont été formés mais ne veulent pas s'impliquer dans le numérique et ne le prennent pas en compte dans l'organisation de la planification. Mais là encore, en ont-ils seulement les moyens ?

Pour assurer un encadrement le week-end, il y a systématiquement un RCAN de permanence, en Aura et en Nouvelle-Aquitaine, pour les 3 antennes. La région Hauts-de-France va mettre en place la même organisation.

**Journalistes web.** L'organisation d'une antenne à l'autre est hétéroclite. Dans certains sites il y a des journalistes spécifiquement affectés au web, dans d'autres, ce sont des contributeurs occasionnels ou réguliers.

Pour Cécile Poure, cela ne permet pas d'avoir un suivi, d'anticiper et de caler des sujets. En outre l'insuffisance des effectifs entraîne des journées très intenses pour les journalistes au web ; ils se retrouvent régulièrement isolés, et sont régulièrement amenés à ne pas faire de pause déjeuner.

Xavier Riboulet affirme qu'il est contre une rédaction numérique, mais qu'il est pour la spécialisation de journalistes.

En termes de moyens, certaines antennes planifient 2 journalistes le week-end, alors que d'autres n'en ont qu'un. Les élus souhaitent que le principe de 2 journalistes par antenne le week-end soit généralisé.

Les représentants du personnel souhaitent qu'il y ait un socle minimum commun à toutes les antennes, afin d'améliorer la continuité de l'activité et l'identification des services web. La direction va étudier la proposition.

## Les autres contributeurs au numérique

**Documentalistes.** Les élus déplorent qu'un certain nombre de salariés non-journalistes soient laissés sur le bord du chemin, même s'ils ont manifesté leur envie de travailler sur le numérique voire se sont formés.

C'est en particulier le cas des documentalistes, qui sont pourtant à même d'apporter une valeur ajoutée. Certaines se sont formées, se sont vu valider leur compétence complémentaire « contenus multimédias » et ne peuvent pas exercer, faute de planification, ce qui entraîne une grosse frustration.

Rabéa Chakir-Trébosc propose un séminaire sur les documentalistes. La direction doit étudier la proposition.

**Monteurs.** Là encore, les monteurs ayant obtenu une UCC ont connu la frustration. S'ils ont pu faire des sujets, ceux-ci n'ont jamais été mis en ligne faute de validation. C'est un gâchis.

Sur leur cœur de métier, leur association au web est très disparate. Dans certaines antennes (Strasbourg par exemple), des monteurs sont planifiés sur le numérique. Dans d'autres, malgré leur volonté, ils essuient une fin de non-recevoir. Leur contribution se résume à des temps cachés.

Afin que le numérique soit mieux reconnu, les élus souhaitent que les monteurs soient planifiés.

Karine Cévaër remarque que sur la formation à l'UCC « conception de contenus multimédias » proposée par l'UFTV à destination des PTA et qui dure 10 jours, le module « les fondamentaux du journalisme, le sujet, l'angle et le propos » ne dure qu'une journée. Quand on sait que le métier de journaliste s'apprend en deux ans, ce programme de formation est invraisemblable et inadmissible. La direction dit ne pas être au courant. Sophie Pellerin reconnaît que c'est inacceptable et précise que l'équipe centrale du numérique doit rencontrer l'UFTV afin de remettre à plat toutes les formations.

**Communication.** Les élus n'ont pas de visibilité sur les pratiques de la communication. Pourtant elle est très présente sur le web, met en ligne des contenus vidéo en dehors de tous les accords, en particulier celui sur les UTS.

Les éditeurs numériques constatent qu'ils sont régulièrement sur les mêmes périmètres (par exemple la mise en avant de programmes) sans qu'il y ait de débats et de coordination. Certaines CEN disent n'avoir aucun contact avec les directions locales de la communication.

Samuel Bignon annonce un travail de recensement des pratiques d'UTS au 2<sup>e</sup> semestre.

## Les évolutions en projet

La direction souhaite créer 7 nouveaux postes.

- 2 postes en central, rattachés au directeur de la proximité Xavier Riboulet :
  - **Un chargé d'études.** Le poste est actuellement au sein de la direction du numérique et rejoindrait la direction du Réseau.
  - **Un coordinateur des contenus numériques,** qui veillerait à l'élaboration et la mise en œuvre de la stratégie numérique du Réseau. Il serait au-dessus des 5 coordinateurs numériques centraux actuels (Xavier Collombier, Sophie Pellerin, Karine Bellifa, Olivier Couvreur et Karine Broyer, chacun étant référent sur un sujet).

- **4 postes de chargés d'édition vidéo numérique**, en région mais rattachés au central (leur rattachement hiérarchique reste à préciser). Ces postes ciblent plutôt des TEVA (techniciens d'exploitation vidéo et audiovisuelle). La direction entend renforcer ainsi la part des contenus vidéo sur nos plateformes, puisqu'il s'agit d'une orientation stratégique. Pourquoi 4 ? Où seront-ils situés ? La direction n'est pas en mesure de répondre.

Les représentants du personnel déplorent qu'une fois de plus, on crée des postes de coordination en haut de la pyramide, au détriment de postes de production dans les antennes.

Philippe Martinetti propose d'avancer sur plusieurs sujets d'ici la réunion de la CASAR de rentrée : socle minimum commun à toutes les antennes, étude d'un doublement des CEN et du nombre de journalistes planifiés le week-end et pendant les vacances, place des chargés d'édition vidéo numérique.

Il évoque également la possibilité d'une expérimentation dans une antenne. Les élus sont réservés. Ils craignent que cela soit surtout dilatoire.

## Référencement contre destination : une stratégie qui interroge

Cécile Poure déplore que nos sites web régionaux soient « des sites de référencement et pas de référence ».

La direction répond que c'est la réalité des usages qui fait que seulement 5% des internautes ont le réflexe de venir directement sur nos sites. 95% viennent par les moteurs de recherche ou réseaux sociaux. Selon Xavier Collombier, nos concurrents produisent 10 à 20 fois plus d'articles, mais nous, « on produit mieux et plus puissant ». « Ce qui marche le mieux, ajoute-t-il, c'est le rebond et le développement d'une actu ».

Pourtant, il existe des sites d'info « de destination », autrement dit des sites considérés comme une référence par les internautes qui s'y connectent directement quand ils cherchent une information fiable. C'est le cas du Monde ou même de Libé. Ces sites, payants pour la plupart, sont rubriqués, hiérarchisés, l'internaute est en capacité d'y trouver l'information qu'il cherche.

Ce n'est pas le cas sur nos sites, qui ne sont pas organisés par thématiques, où, sans action d'éditorialisation manuelle, le dernier article publié se retrouve à la une, où il n'y a pas de fonction de recherche pertinente.

Pour les élus, un rubricage du site permettrait de faire évoluer les usages et de le transformer progressivement en site de référence, pas seulement en site de flux. Cela permettrait de fidéliser les publics au lieu de les amener par de simples ressorts marketing et algorithmiques.

Sophie Pellerin précise que la direction travaille actuellement sur des tags, afin que nos sites deviennent « référents sur des thèmes de société ». Un travail est également en cours pour retravailler les newsletters.

La stratégie qui vise à partager sur les réseaux sociaux afin de stimuler les audiences ajoute une pression sur les journalistes et est mal ressentie. Nombreux déplorent aussi l'usage d'une intelligence artificielle (Echobox). Une participante estime qu'on « leur laisse la main ». Sophie Pellerin répond que ces partages automatiques, c'est du temps gagné.

## **La labellisation de nos contenus passe aussi par une identification claire des auteurs**

Aujourd'hui, on ne peut pas différencier au 1<sup>er</sup> coup d'œil les contenus journalistiques des autres contenus. Certes, depuis plusieurs mois, quand on clique sur le nom de l'auteur on ouvre une page de renseignements, mais elle n'est pas toujours renseignée.

Une information certifiée implique qu'on fasse bien la différence entre contenus d'information journalistiques et les autres contenus. La labellisation passe aussi par la transparence vis-à-vis des internautes.

Les membres de la commission demandent que la fonction de l'auteur du contenu figure systématiquement sous son nom. Une condition nécessaire mais pas suffisante pour que les contenus d'information soient repérables au premier coup d'œil. Car l'internaute ne prend pas forcément le temps d'aller lire qui se cache sous la signature.

Sophie Pellerin, qui est en contact régulier avec la direction du numérique, répond qu'ils se donnent pour objectif d'y parvenir d'ici l'automne.

## **La place des langues régionales : un pur affichage**

La direction dit vouloir créer un « corner des langues régionales » sur la plateforme France.tv. Quand on voit déjà le peu de mise en valeur des contenus régionaux sur la plateforme, les représentants du personnel s'interrogent sur la réalité de cette promesse. La direction reste assez évasive dans ses réponses sur le sujet.

Le secrétaire de la commission,  
Jean-Hervé Guilcher  
21 juin 2023