



# Présidence de France Télévisions « Réconcilier », vraiment ?



Alors que Delphine Ernotte se présente une nouvelle fois devant l'Arcom pour défendre sa candidature à la présidence de France Télévisions intitulée « Réconcilier », la CGT tient à rappeler les raisons profondes pour lesquelles le climat social s'est considérablement dégradé sous ses 2 mandats. La réalité est en effet malheureusement très éloignée de la « joie » et de « l'ambition » que Mme Ernotte a mis en avant la main sur le cœur dans la communication interne accompagnant l'annonce de sa candidature.

## Un affaiblissement méthodique de nos capacités de production

Depuis près de dix ans, les salarié-es vivent au rythme de réorganisations imposées sans concertation, dictées par une logique budgétaire rigide, un développement affiché non suivi d'effets et une gestion déconnectée des réalités de terrain. Cette politique a affaibli les équipes, appauvri la production interne et précarisé les conditions de travail. La direction a méthodiquement ignoré les dizaines d'alertes venues du terrain et fragilisé le dialogue social en l'évitant.

Le cas emblématique des cars régie en est une illustration parlante : malgré les signalements répétés de la CGT, la direction persiste, sans aucun dialogue, à vouloir détruire sous des prétextes fallacieux des outils totalement opérationnels. Un pur calcul financier de courte vue en dehors de toute stratégie autre que celles de pseudo économies à court terme. Dans son projet stratégique de candidature remis à l'Arcom, Delphine Ernotte évoque ce conflit social en cours sur la Vidéo Mobile et affirme que « *Notre ambition stratégique appelle à favoriser une culture de la négociation autour d'un agenda partagé de la transformation.* » Ah bon ? Et pourquoi la direction reste vissée sur sa décision brutale et non concertée de supprimer deux cars ? Pourquoi les CSE en sont-ils à saisir le juge sur le projet ICI, l'Intelligence Artificielle ou Genesys faute de consultation des CSE ?

Entre les projets d'abandon d'équipements essentiels, les pénuries d'effectifs partout dans l'entreprise, les mauvais choix managériaux au plus haut niveau, les suppressions de postes (une réduction nette de près de 1 000 emplois sur 10 000 en 10 ans) et l'externalisation massive d'activité, la capacité de France Télévisions à remplir ses missions est aujourd'hui gravement compromise. Cela témoigne non seulement d'un désengagement stratégique de l'État, mais aussi d'un mépris profond pour les métiers techniques, pour l'autonomie du service public et un déni des besoins.

## Un recul éditorial coupable au regard de nos missions démocratiques

Les transformations pilotées d'en haut ont aussi conduit à une confusion éditoriale majeure. Le recul de la diversité éditoriale, de l'autonomie des journalistes, la perte de lisibilité des chaînes et les errances d'investissement (Salto) ont gravement entamé la force de l'audiovisuel public, y compris auprès des téléspectateurs. Les repères se brouillent, les audiences reculent sur France 3, en particulier sur ICI, et celles de France 4 ne sont même plus mesurées (moins de 1%). Sans parler du sous-investissement dans FranceinfoTV dont les erreurs de castings récents ont encore affaibli cette chaîne qui peine à se hisser aux niveaux d'audience des autres chaînes info. A qui la faute ?

Et le transfert sur le numérique marque le pas, la direction n'ayant toujours pas mis à l'ordre du jour des négociations, malgré nos relances multiples, les métiers du numérique alors que cela

est affiché comme une urgence vitale. Une urgence qui pousse une fois de plus la direction à externaliser, ce que nous refusons.

Dans le contexte actuel de recul démocratique généralisé, le choix de ne plus permettre à l'audiovisuel public de remplir sa mission de pilier dans un monde en mutation très profonde est grave, pour les salarié·es comme pour les citoyens.

## Conditions de travail sacrifiées et perte de sens professionnel

Les salarié·es, déjà inquiet·es des transformations subies et des dégradations présentes et à venir de leurs conditions de travail et de rémunération, se demandent quel est le sens de leur travail. Travaillent-ils pour le service du public ou au service des ambitions personnelles de membres de la direction ?

Dans ce contexte dégradé, le climat social est explosif, la gouvernance opaque, les décisions unilatérales, les pratiques managériales contestables pour ne pas dire coupables (y compris d'un point de vue légal) : les dérives sont documentées, les alertes nombreuses, les réponses inexistantes, les procédures se multiplient.

## La duplicité comme mantra

**A quelle réconciliation fait donc référence Mme Ernotte ?** Ce que nous vivons c'est le refus d'ouvrir le dialogue sur les projets d'intelligence artificielle, le refus de transparence sur les projets ICI et sur l'avenir statutaire de franceinfo, et la volonté d'une révision totale de l'accord collectif. C'est l'externalisation croissante des programmes et des activités de l'entreprise, la gestion à deux vitesses des situations de harcèlement et de violences sexistes et sexuelles. Devant cette réalité, aucune réconciliation n'est possible et, à ce stade, la seule attitude responsable réside dans la lutte sociale et juridique car nous devons faire face à la brutalité d'une direction totalement vissée sur sa verticalité. Malgré ses déclarations d'intention, la réconciliation n'est donc certainement pas le programme prévu par notre présidente-candidate pour l'entreprise et ses salariés.

La CGT ne choisit pas ses patrons, mais elle appelle l'Arcom à bien réfléchir afin de pouvoir redonner du souffle à France Télévisions et ses salariés qui en ont bien besoin et qui n'en peuvent plus du mépris auquel ils font face malgré tous les discours officiels à force de communiqués de « great washing\* ».

Il est temps d'ouvrir une nouvelle phase de l'avenir de France Télévisions en réaffirmant ses missions fondamentales de service public, d'ouvrir un nouveau contrat social de haut niveau, construit avec et pour les salarié·es et au service de l'intérêt général.

Paris, le 6 mai 2025

*\* Le great washing désigne une stratégie de communication utilisée par une entreprise pour donner une image exagérément positive de sa responsabilité sociale ou environnementale, sans engagement réel ou impact significatif.*