



# Pôle nord-est

## Quelques nouvelles du CE

### juillet 2014

	Déclaration liminaire de la CGT .....	2
1.	Présentation des grilles de septembre .....	3
2.	Web régional : bilan et perspective .....	4
3.	Lutte contre les discriminations .....	4
4.	Avis sur le bilan travailleurs handicapés 2013 .....	5
5.	Questions diverses .....	6

### **Nouveau tour de vis budgétaire**

*Comme nous le redoutions, le gouvernement a décidé de donner un nouveau tour de vis budgétaire à France télévisions. Il vient de dévoiler les grandes lignes des 18 milliards d'économies à réaliser par l'État d'ici 2017 qui s'ajoutent aux économies sur la sécurité sociale et sur les collectivités locales.*

*Dans ce contexte, l'audiovisuel public va être lourdement mis à contribution avec une ponction d'environ 300 M€ d'ici 3 ans. Il s'agit en gros pour FTV du montant de la dotation destinée à compenser la suppression de la publicité après 20H. Initialement prévue à 450 M€ par an, elle a été ramenée à 114 M€ dans le budget 2014. Va-t-on pour autant rétablir la publicité après 20H ? Non, car on ne souhaite pas déstabiliser les opérateurs privés TF1 et M6. Va-t-on augmenter la redevance à la même hauteur ? Non car il faudrait prendre le risque de l'impopularité en l'abondance de 16 € par an pour compenser le manque à gagner...*

*Voilà donc l'entreprise contrainte d'aggraver encore le plan d'économies drastiques largement entamé depuis des mois. Moins de programmes, moins de développement, moins d'investissement, moins d'emploi, moins de salaires...*

### **Rapport Brucy: beaucoup de bruit pour pas grand-chose**

*Pas grand-chose à espérer dans ce contexte du rapport Brucy chargé de faire de propositions sur la régionalisation de France 3.*

*Au delà de jolies formules un peu creuses sur France 3, "un avenir régional", "un marqueur fort du service public", "la proximité au coeur des attentes", "la dimension incontournable du numérique", on peine à retrouver des propositions innovantes et ambitieuses dans cet énième*

*et très médiatique audit sur la chaîne des régions. Et pour cause. Le rapport reprend pour l'essentiel les orientations déjà mises en œuvre ou annoncées par l'équipe dirigeante de France télévisions. On y retrouve surtout les sempiternelles considérations sur la meilleure façon d'augmenter la productivité des salariés (comme s'ils passaient leur temps à se tourner les pouces) polyvalences, mutualisations, synergies, etc.*

*Tout cela ne fait pas très sérieux et questionne sur la réelle indépendance qu'aura eue Mme Brucy, encadrée par les équipes de France télévisions et celles de la Direction générale des médias pour mener à bien sa réflexion.*

### **Le Pôle Nord Est en tête de gondole**

*Tout cela doit au moins ravir le directeur du Pôle Nord Est qui voit sa stratégie confortée par cet aimable rapport. Il ne se prive pas de le faire savoir dans la copieuse brochure envoyée ces jours-ci aux salariés du Pôle.*

*Le meilleur élève de la classe régionale peut s'auto-congratuler pour avoir réussi, avec des moyens en baisse, à augmenter les audiences, créer la télévision du matin, lancer des magazines, améliorer les documentaires, investir les réseaux sociaux (on regrettera juste qu'il ne dise pas un mot sur la filière)... Mais à lire une telle modestie, on pourrait presque croire que c'est auprès de lui que Manuel Valls a trouvé l'inspiration pour imaginer sa réforme territoriale.*

*Pourtant les faits sont têtus et le contre-champ social est loin d'être reluisant. La douloureuse restructuration, la perte des repères, le sentiment d'être ballotté, l'incertitude sur l'avenir, le surmenage des uns, le sentiment d'inutilité des autres, l'entreprise est en souffrance. Et ces ingrédients expliquent le troublant succès du PDV dans lequel plus de 415 salariés auraient déjà souhaité s'inscrire. Loin d'être un signe de bonne santé pour l'entreprise.*

## Présentation des grilles de septembre

On ne change pas une formule qui marche se réjouit en gros le directeur du Pôle Nord-Est, pas mécontent de constater que c'est le modèle des matinales info service qui devrait s'imposer aux autres Pôles régionaux.

La seule modification dans le Pôle consiste à ramener Picardie Matin de 80 à 52 minutes, 4 jours par semaine, comme dans les autres antennes. Pour le reste, les tendances sont les mêmes avec la particularité de Bourgogne Franche-Comté qui constitue quasiment une seule et même antenne.

Un débat s'ouvre sur le "bon" périmètre éditorial et organisationnel après la réforme des collectivités territoriales et après le rapport Brucy qui, dans une de ses recommandations, propose entre autres de "*rééquilibrer les effectifs en fonction des bassins de population*".

Ainsi le directeur du Pôle reconnaît qu'une réflexion est menée sur la couverture de la Moselle (**voir question diverse sur la Locale de Metz**). "*Il faut qu'on s'interroge sur la pertinence de nos implantations*" dit-il. Il donne l'exemple de l'ouverture des BIP de Dunkerque et Valenciennes.

Autre thème abordé, celui de la politique de documentaire qui devrait évoluer en fonction de la réforme du COSIP en cours sur les critères d'éligibilité pour les aides aux producteurs. Le financement global devrait être maintenu.

Le 1er août démarrera la série "14/18 il y a 100 ans", entièrement conçue et fabriquée par le Pôle, et le 3 août le pôle sera radio-diffuseur pour les cérémonies qui réuniront François Hollande et Angéla Merkel au Vieil Armand, haut lieu de la Première Guerre en Alsace.

Questionné sur la nomination d'Olivier Montels au poste de directeur des programmes régionaux, le directeur du Pôle ne fait aucun commentaire. Il indique simplement que ce poste est créé par redéploiement. Pour la CGT nommer à ce poste le DRA qui aura conçu l'émission Paris Le Club sur le PSG pour l'antenne de Vanves avec les milliardaires qatari n'a pas vraiment de quoi rassurer.

Une commission économique se réunira le 26 août à Reims pour examiner de façon détaillée les moyens humains, matériels et financiers mis en œuvre pour la grille de rentrée.

## Web régional : bilan et perspective

La présidente de la Commission nouvelles technologies fait un compte rendu (*ci-dessous*) de très grande qualité sur les questions liées au Web dans le Pôle. Les élus du CE ont décidé de faire connaître largement ce document et de l'adresser à la haute direction (Bruno Patino, Rémy Pflimlin) ainsi qu'à Anne Brucy et à la représentation nationale.

Cette étude retrace de façon très claire l'histoire récente de cette aventure du Web dans la région et les principaux enjeux qui se posent. Le passage d'une réalité artisanale et expérimentale à un process industriel, avec l'augmentation exponentielle des besoins et l'impérieuse nécessité d'y répondre.

L'évolution des usages des télénavigateurs, le besoin de réactivité, le flux continu, le temps réel, l'animation des sites de 7H à 23H, 365 jours par an entraînent des conditions de travail fortement dégradées pour ceux qui font le web, débordés par cette demande sans cesse croissante.

Sur la défensive, le directeur du Pôle botte en touche et prétend que dans la période actuelle on ne peut compter sur des moyens additionnels pour assurer cette mission. Selon lui, on ne peut pas tout développer en même temps sans risquer de se retrouver dans la situation de la presse quotidienne régionale (en grande difficulté). Jusqu'à nouvel ordre, il n'y a pas d'antenne web à côté de l'antenne télévision, le web n'est qu'un complément du premium.

Quant aux moyens nouveaux, il n'y en aura pas, sauf des redéploiements ou des polyvalences et des changements d'organisation. "Mon but n'est pas d'augmenter la productivité individuelle mais celle des organisations." dit-il.

Pour la CGT, la question de moyens nouveaux dédiés à cette activité nouvelle est incontournable.

## Lutte contre les discriminations

Un compte rendu de la commission tenue à Amiens le 26 juin (*ci-dessous*) est fait par le président. Sont abordés le label diversité de l'AFNOR obtenu en mars dernier, le dispositif Allô Discrim de traitement des réclamations, l'insertion des handicapés, l'égalité professionnelle hommes/femmes, le contrat de génération (embauche de jeunes et maintien des seniors dans l'emploi)...

Sur ces différents thèmes "sociétaux", plusieurs accords collectifs existent sur lesquels on peut s'appuyer pour faire progresser la diversité.

Le label AFNOR n'est pas la reconnaissance d'un résultat obtenu en matière de lutte contre les discriminations mais l'inscription dans un dispositif d'évaluation par un organisme extérieur. A la différence d'autres entreprises, France télévisions sera audité chaque année à partir de 2015 et non pas au terme de 3 ans. Et si aucune amélioration n'est constatée, l'entreprise peut se voir retirer le label.

Un débat a lieu autour de l'alternance conçue par la direction pour favoriser "l'employabilité" des jeunes mais pas pour les embaucher. Pour la CGT, le lien entre formation et emploi doit être réaffirmé (tout en tenant compte des précaires ayant acquis des droits), l'alternance est un des outils qui permet de faire progresser l'égalité des chances.

## Avis sur le bilan travailleurs handicapés 2013

Un avis sur le bilan de l'emploi des travailleurs handicapés dans le Pôle Nord Est a été adopté à l'unanimité avec le soutien de la CGT, de la Cfdt et du Snj.

*"Les élus du CE constatent la baisse sensible de l'emploi des travailleurs handicapés dans le Pôle passant de 62 en 2012 à 53 en 2013.*

*Les 15 sorties de travailleurs handicapés en 2013 (dont 6 départs en retraite, 4 qui ont basculé dans l'invalidité, et 2 reconnaissances non reconduites) n'ont pas été compensées par les 6 entrées.*

*Il manque 13 travailleurs handicapés. Le pourcentage d'emploi est de 4,03% alors que l'obligation légale est de 6%.*

*Les élus notent que l'accueil de stagiaires handicapés est inexistant dans le Pôle.*

*Dans un contexte de plafonnement d'emploi, le Pôle Nord Est pourrait accentuer son effort vers l'emploi indirect (recours aux ateliers protégés et achats responsables).*

*Les élus ne disposent toujours pas d'information sur la répartition détaillée par antenne des travailleurs handicapés dans le Pôle.*

*France télévisions, qui a obtenu le label diversité de l'AFNOR, doit s'engager de façon plus volontaire dans cette action qu'elle-même définit comme prioritaire.*

*Pour les élus du CE Pôle Nord Est, les objectifs ne sont pas atteints. Ils émettent donc un avis négatif (**ci-dessous**) sur le bilan de l'emploi des travailleurs handicapés 2013 dans le Pôle Nord Est."*

## Questions diverses

### **1. La direction serait en quête de nouveaux locaux à Metz pour transformer la Locale en une ou plusieurs BIP. Info ou Intox ?**

La direction du Pôle nie que la recherche de nouveaux locaux pour la Locale de Metz préfigure sa fermeture. Elle reconnaît toutefois qu'une "réflexion" devrait être menée sur la couverture de la Moselle. S'agirait-il de redéployer les effectifs de la Locale sur une ou plusieurs BIP ? La direction ne répond pas clairement. Elle évoque aussi une diffusion des locales excentrées sur le Web.

### **2. Où en est l'état d'avancement du Plan de départs volontaires dans le Pôle Nord Est?**

La direction du Pôle n'a aucune information à transmettre sur ce dossier qui est entièrement géré depuis Paris. Un comité de suivi se tiendra le 18 juillet prochain. Les seules informations disponibles sont le nombre total de courrier (415) qui se décomposent de la façon suivante : 375 pour des départs en retraite, 35 pour des projets extérieurs et 18 pour de la mobilité. Rappelons que pour le reclassement externe la date butoir pour se porter candidat est le 30 septembre.

### **3. Pourquoi la direction refuse-t-elle d'appliquer la disposition sur l'accord contrat de génération rendant possible l'application de la semaine à 4 jours pour des salariés âgés de 57 ans ?**

La direction estime que la semaine de 35H à 4 jours pour un JRI de 57 ans n'apporterait pas d'amélioration de ses conditions de travail et donc de prise en compte de la pénibilité. Elle écarte donc cette disposition prévue dans l'accord collectif et se dit prête à envisager d'autres possibilités de réduction du temps de travail avec des récupérations et des RTT.

Amiens, Besançon, Dijon, Lille, Nancy, Reims, Strasbourg, le 15 juillet 2014

## Vos élus CGT :

Laurence Carpentier (Nord Pas de Calais), Marc Chauvelot (Champagne Ardenne), Philippe Cornet (Nord Pas de Calais), Sandra Coutoux (Lorraine), Isabelle Debraye (Picardie), Gilbert Diem (Alsace), Carole Herbin (Champagne Ardenne), Annabelle Igier (Champagne Ardenne), William Maunier (Lorraine), Isabelle Petit-Felix (Bourgogne), Jean Picard (Bourgogne), Cyril Pinato (Alsace), Angélique Sergent (Lorraine), Sylvain Vargiu (Nord Pas de Calais), Isabelle Vieira (Lorraine).

Représentante syndicale : Nicolas Libes (Strasbourg)

**Prochain CE le 29 août à Strasbourg**

**Nous souhaitons d'excellentes vacances à ceux qui partent et bon courage à ceux qui restent.**

Et n'oubliez pas de consulter le site du CE

 <http://ce-polenordest.fr/>

Vos élus  se tiennent à votre disposition



## Compte Rendu de la commission Nouvelles technologies

### du pôle Nord-Est du 12 juin 2014 à Dijon

Etaient présents à la réunion : Pascal Sulocha, Antoinette Séguire, Nathalie Zanzola. Invitée en qualité d'expert : Béatrice De Lavergne, pilote web en Bourgogne. Invités participants : Jean-Pierre Stucki, Olivier Brumelot, délégués aux antennes respectivement pour la Bourgogne et la Lorraine et enfin Claude Tronel en charge de la coordination de l'offre numérique du pôle Nord Est.

**Buts de la réunion :** Mise à plat des moyens, outils, usages, missions éditoriales, tâches, organisation des activités du web depuis 3 ans. Bilan, évolutions et perspectives ?

### Historique et contexte de l'évolution des activités du web depuis 3 ans

Le développement des activités du web débute dans les antennes régionales de France 3 en 2000 Team News puis l'arrivée de l'outil d'édition SALMA en 2004 qui permet de mettre à jour les pages actualités et les pages émissions hébergées sur les sites de chaque région. Un projet de WebTV régionale se développe en interne entre 2008 et fin 2010 ; il sera abandonné au cours de l'année 2011. Cette même année, avec l'arrivée de Bruno Patino à la tête du numérique de France TV, les missions et les outils connaissent une véritable mutation. Le modèle proposé pour les antennes régionales de France 3 est celui de la presse écrite en ligne en réponse à une concurrence amorcée par la PQR sur le web. L'idée est de « prendre » les régions là où il n'y a encore personne. L'objectif premier est de réaliser la refonte éditoriale et graphique des sites des régions avec les buts suivants:

- Produire de l'info en priorité 7j/7j et 365 j/an dans tous les formats possibles en privilégiant la réactivité, la proximité et l'interactivité
- Valorisation et accès aux émissions
- Animation des publics avec une mise en scène des contenus sur les réseaux sociaux

Côté déploiement des outils, on voit arriver le nouvel outil de publication DRUPAL en septembre 2012 plus simple que SALMA accompagné d'un plan de formation à cet outil et aux pratiques éditoriales numérique en général.

Côté moyens humains, l'arbitrage limite le nombre d'ETP affectés au web à 2,5 ETP par antenne régionale (FTVEN en avait demandé 4 à la direction de France 3) répartis de la manière suivante :

2 journalistes dont un pilote web en titre et ½ éditeur web ayant les profils suivants :

**Pilote web** : profil journaliste, organisation de la production numérique, alimentation des supports web et mobiles, coordination des relations avec la rédaction.

**Journaliste web** : profils journalistes, alimentation du site et supports mobiles en informations, dossiers, reportages, couvertures d'événements.

**Editeur web** : mise en scène et en forme des contenus et pages dédiées aux programmes et animation des contributions des publics et des réseaux sociaux.

## **S'adapter en temps réel aux usages des internautes et à la concurrence**

Les équipes se forment dans ce nouveau contexte et se motivent autour des nouvelles perspectives et objectifs de la direction numérique en relation étroite avec le nouveau prestataire au service des régions : **FTVEN** \* (France Télévision Edition numérique) en charge de la coordination des sites régionaux et ultramarins.

Au fil des mois qui vont suivre l'arrivée de DRUPAL et la refonte des sites régionaux, les outils et les usages vont évoluer rapidement afin de répondre aux nouvelles manières de consommer l'information sur le web.

En effet, on assiste simultanément au développement **d'une offre éditoriale foisonnante**: Breaking news, actu en continu, revues de web, diaporamas, Covertit Live, Twitter Live, Tchat, direct-live, commentaires, témoignages, STORIFY, timeline, VOD ... déployée ou relayées sur des pages web, blogs, réseaux sociaux, sites hébergeurs de vidéos et proposée par un **nombre d'éditeurs de contenus toujours croissants** sur des **supports devenus nomades** (smartphone, tablette).

Conjointement et par voie de conséquence, les usages des internautes en quête d'informations évoluent avec des critères d'exigence qui pourraient se résumer en une phrase : « **Accéder, partager et commenter l'information quand je veux où je veux** »

Dans ce contexte, pour France télévisions comme pour les autres médias traditionnels (radio, presse écrite) être éditeur de contenus sur le web implique de proposer une offre éditoriale facile d'accès avec une forte réactivité, visible sur tous les supports et permettant à l'internaute d'interagir ; le tout dans un paysage numérique totalement ouvert à la concurrence et dominé par des géants comme google, facebook, apple, netflix...

Pour les équipes internet des stations régionales de France 3, **c'est un nouveau départ avec des conséquences sur les outils, l'organisation et la charge de travail, les rôles et compétences des contributeurs et personnes en charge de la responsabilité de l'offre éditoriale**. Elles doivent s'adapter en permanence et au fur et à mesure que le modèle se dessine en fonction des usages des télénauts toujours à l'affût de nouveautés et d'expériences attrayantes dans une culture global média qui s'invente pour eux mais aussi par eux.

## Les missions du service internet

Pour comprendre les activités du service internet, il faut regarder l'offre éditoriale proposée sur notre site se composant d'un mix d'info, de valorisation des programmes, d'animation des publics. L'actualité tout au long de la journée prend toutes formes, selon son urgence, sa teneur allant des actus urgentes mises en avant de façon évidente à l'annonce d'événements à venir en passant par les informations pratiques : circulation, travaux, météo... L'ensemble de l'offre devant être en permanence « animée » en particulier sur la page d'accueil selon l'ordre de priorité de mise en avant tout au long de la journée.

### L'offre régionale sur la page web de la région

**Le fleuve d'actualité** (10 à 12 articles en moyenne par jour) par le pilote web ou le journaliste web qui doivent garder un oeil sur les commentaires après avoir publié un article (modérés a posteriori)

**Revue du web** mise à jour quotidiennement permet d'élargir l'horizon du site et de l'internaute par le pilote web ou le journaliste web

**Question du jour** quotidiennement par le pilote web ou le journaliste web

**Animation des réseaux sociaux** : twitter en moyenne 10 publications par jour répartis entre le pilote web ou le journaliste web et 8 à 10 posts Facebook par une personne du service communication ou/et l'éditeur web ou/et le pilote web.

**mini-dossier** (portraits, analyses, carte interactive, diaporamas, timeline, ...) articles plus développés et enrichis dans la forme et le fond, création de pages tags par le pilote web

**Pages émissions (de 7 à 8 par antennes)** mises à jour de façon hebdomadaires (émissions du week-end) et quotidienne (matinales) par l'éditeur web ou l'équipe de l'émission (responsable éditorial ou assistante)

**Quiz et Jeux** (3 à 4 en moyenne par mois en ligne pendant 4 semaines) par l'éditeur web ou une personne du service communication.

**Partenariats** mise à jour régulièrement par une personne du service communication

**VOD de l'antenne premium** (JT midi, soir, soir 3, météo, émissions récurrentes, émissions spéciales) en partie automatique à part pour les émissions spéciales. A surveiller en permanence pour éviter déception de l'internaute si la VOD n'a pas fonctionné.

**Les blogs** (2 ou 3 par antenne) gérés en autonomie par la ou les personnes qui les animent (ouverts à tous les journalistes) et mis à jour de façon très variable.

**Une évènementielle** pour mettre en avant des évènements culturels, sportifs, actu forte et proposer des direct-live, Covertit Live, Twitter Live, émission spéciale par le pilote web et/ou l'éditeur web en accord avec le délégué aux antennes en amont.

## Les autres supports et les prolongements de l'offre éditoriale

**L'offre éditoriale** proposée sur la page web se décline sur une **version mobile de notre site** ainsi que sur **l'appli mobile**.

**La VOD** essentiellement sur Pluzz (7 jours glissants) et sur nos pages web plus longtemps selon les droits passés contractuellement avec les producteurs (documentaires) ou illimités pour nos émissions fabriquées complètement en interne.

**Le streaming Live** un flux vidéo en direct et en continu visible sur les différents supports qui peut être la version web de l'antenne premium (soirées électorales par exemple) ou bien un programme « pur web » hors créneaux antenne premium (exemple : événements sportifs, culturels, conférence de presse...)

## Les usages et leurs outils déployés ces trois dernières années

**« Notre grande problématique d'éditeur de contenus c'est de trouver le bon endroit pour qu'ils soient vus tout en affichant leur provenance donc notre marque »**

**La dissémination de nos contenus** sur les réseaux sociaux et les hébergeurs de vidéos est devenue une activité incontournable et primordiale dans notre quotidien d'éditeur.

**Les comptes facebook et twitter** se sont rapidement généralisés dans toutes les antennes régionales afin de répondre à un objectif : placer le web social au service de notre site pour ramener des internautes sur le site régional. Il faut donc parler quotidiennement et animer le public sur les réseaux sociaux qui globalement nous « rapportent » 20 % de nos visites quotidiennes.

**Les comptes Daily Motion et You Tube** permettent de disséminer notre matière vidéo sur des hébergeurs ayant une forte attractivité du public et une communauté de partage énorme. Concrètement, c'est la mise en ligne de 2 à 3 vidéos en moyenne par jour sur chaque compte avec un titre, un texte et un lien vers nos articles traitant du sujet ou sur une page tag.

**L'animation éditoriale** c'est-à-dire la mise en avant de nos programmes, scénarisation de l'actu, enrichissement visuel des articles, interactivité avec question du jour, appel à contribution (concours photos) prend également une bonne partie du temps de travail.

**La veille numérique** est permanente et nécessaire pour voir ce qui se passe sur le web, les réseaux sociaux... ainsi que la pratique de Benchmarking \*(surveiller et récupérer des idées auprès de la concurrence).

L'utilisation d'un certain nombre d'outils **d'enrichissement des articles** disponibles en version gratuites sur le web pour créer des timeline (dipity), infographies interactives (piktochart), relater un événement (Storify) s'est généralisée et permettent de rendre compte, d'illustrer visuellement et de façon dynamique des sujets difficiles à traiter en vidéo ; On peut regretter le manque de temps de pouvoir faire plus d'articles de ce type là qui ont pourtant une valeur ajoutée à notre offre éditoriale et complémentaire de l'offre JT.

**Le live en général** sous forme de **streaming** (flux vidéo) ou de **Coveritlive\*** (chat en direct) ou de **minute par minute\*** prend une place de plus en plus importante sur le web qui devient au fur et à mesure une **antenne de diffusion**.

**Pour finir, la social TV\* et l'utilisation des Hangouts \*** marquent le début d'une forme d'imbrication du flux internet et du flux TV amorçant la TV connectée qui les fera converger et fusionner au sens propre.

## **Les rôles et mission des principaux acteurs du web**

« **Le temps du web c'est le temps de l'actu donc le temps réel...sans fin** »

**Côté journalistes web** : Quotidiennement, **l'équipe web sélectionne** (depuis les réseaux sociaux, web, flux RSS, médias traditionnels, dépêches AFP), **publie, anime, dissémine et enrichit des contenus** (texte, posts, photos, vidéos, infographie) **au fil de la journée dans une amplitude qui peut commencer à 7 heures du matin** (exple : bonjour, météo...) **et finir à 22h30** (dernière info soir 3...)

Après avoir assisté à la conférence de rédaction, l'équipe construit son offre éditoriale de la journée et prévient éventuellement les équipes qui partent sur le terrain susceptibles de pouvoir lui envoyer de l'information fraîche voir des photos éventuellement. **L'activité consiste alors à trier, hiérarchiser, trouver la forme la plus adaptée de narration, organiser dans le temps la publication, l'animation et la dissémination de l'offre du jour.** La moyenne du nombre d'articles publiés étant de 10 par jour, cela revient à traiter 10 sujets dans une journée par une ou au mieux 2 personnes.

L'activité du **pilote web** et du **journaliste web** ressemble à un millefeuille de tâches synchronisées sur le temps de la vie sociale ; à l'unanimité, les personnes décrivent des journées de travail qui s'allongent de plus en plus puisque rien n'arrête vraiment la fin de l'offre éditoriale sur le web... « Les concurrents ayant pour certains des équipes du soir, nous pas ».

### **Le pilote web : Une place déterminante mais très inconfortable dans son fonctionnement**

Rappel : Le pilote web a la responsabilité éditoriale de tout le contenu numérique de la sphère web de sa région (réseaux sociaux compris) par délégation et sous la responsabilité du délégué aux antennes. Il est au même niveau de responsabilité que le rédacteur en chef lui-même sous la responsabilité du délégué aux antennes.

Cependant contrairement au rédacteur en chef, le pilote web n'a pas d'équipe rédactionnelle web sous sa responsabilité mais est quand même responsable du contenu mis en ligne par des journalistes « empruntés » à l'équipe de rédaction et sur lesquels il n'a pas autorité. Si bien qu'en cas de problème sur un contenu mis en ligne, il est contraint de dépublier le contenu éditorial et répondre aux éventuels poursuites du fait de sa responsabilité du contenu numérique mais ne peut pour autant pas exiger de façon formelle le respect de la charte de qualité au journaliste contributeur. On comprend aisément que dans la pratique, la gestion de l'offre éditoriale numérique ne puisse pas décoller à sa juste mesure par le fait qu'au quotidien le pilote web se retrouve à devoir

quémander l'exigence de qualité, disponibilité et investissement dans le travail auprès des journalistes mis à sa disposition sans avoir autorité sur eux.

Heureusement, il y a le noyau dur c'est-à-dire un certain nombre de journalistes très fluctuant d'une antenne à une autre potentiellement formés, intéressés, motivés, investis sur le web ; cela ne constituant toujours pas pour autant une rédaction web à part entière mais permet plus ou moins selon les cas de lisser l'activité 7j/7j, 365que les j/an.

### **L'éditeur web s'occupe de :**

La mise à jour et l'animation éditoriale quotidienne du site de sa région pour l'information régionale et les émissions de l'antenne.

Répondre aux différentes demandes de mise en place d'espaces numériques: articles, pages web, blogs, frises chronologiques, infographies interactives, diaporamas, formulaires de services, streaming live, web-documentaires, création de visuels, rédaction de textes de présentation, recherches de liens, gestions des vidéos (bande annonce, VOD, bonus).

La mise en place de la production des espaces numériques: écriture du cahier des charges, conception, scénarisation, production et diffusion sur les différents supports numériques.

Travail de coordination avec les services pouvant contribuer à l'alimentation du site : rédaction, documentation et communication et relations avec partenaires techniques : informatique, montage, gestionnaires antenne premium: rétro planning, réunions et synthèses écrites, prise de décision, proposition de solutions alternatives, écriture de procédures.

En relation étroite avec le service communication, il recherche des moyens de promotion et de diffusion de nos sites grâce aux réseaux sociaux, forums, quiz, réseaux partenariats.

Relations avec FTVEN, surveiller les audiences du site, veille technologique

Aide et formation des contributeurs à l'outil de publication (DRUPAL)

## **Les moyens affectés et les conditions de travail des acteurs du web**

### **Pilotes web et journalistes formés au web**

La règle des 2,5 ETP par *antenne arbitrée en 2012 ne suffit plus pour assumer le volume et les exigences de l'activité du web en 2014*. Très régulièrement, afin d'assurer au web un journaliste par jour, 7j/7j, 365j par an, on est contraint de planifier des journalistes de la rédaction qui ne travaillent pas régulièrement sur le web et sont complètement perdus dans la tâche à réaliser malgré les nombreuses procédures, mode d'emploi laissés par le pilote. Le pire des cas étant lorsque le journaliste n'est pas demandeur de cette activité mais se retrouve à ce poste pour « arranger » le planning. **Le journalisme web** (écriture spécifique, maîtrise des outils et des usages, pratique et culture globale média) **est devenu un métier réclamant une expertise dans ce domaine spécifique.**

Il faut trouver le plus rapidement possible pour chacune de nos antennes du pôle des solutions à ce problème devenu récurrent et qui pâtit au bon fonctionnement et par la même au rendement et à la pérennité du service internet. La chute des audiences en témoignent dès lors que le noyau dur n'est pas à l'œuvre pour cause de congés, repos hebdomadaire, maladie, ou affecté sur d'autres tâches...

**Le choix de ne pas avoir créé une rédaction web à part entière en 2012 trouve ses limites en 2014 face à une activité qui est passée en 10 ans du mode expérimental au mode industriel avec une montée en puissance sur les 2 dernières années.**

### **Les éditeurs web**

Contrairement au reste des régions où il y a maintenant un éditeur web pour chaque antenne, le pôle Nord Est n'en compte toujours que 4 pour 7 antennes alors que l'activité de l'éditeur n'a cessé de se développer ces dernières années. Dans la pratique certains éditeurs web travaillent pour 2 antennes :

L'éditeur web du Nord pas de Calais travaille aussi pour la Picardie

L'éditeur web de Lorraine travaille aussi pour la Champagne Ardennes

L'Alsace n'a pas d'éditeur web depuis 3 ans ; l'activité est maintenue grâce à des contrats en alternance ne permettant pas d'assurer l'activité en continuité toute l'année et encore moins d'avoir une perspective à long terme pour l'équipe.

**Les conséquences sur les conditions de travail pour les éditeurs web assumant 2 antennes comme pour les pilotes web sans éditeur web essayant de colmater cette faille tant bien que mal sont : fatigue, stress, insatisfaction, manque de reconnaissance et très grande frustration face à l'impossibilité de suivre dans ces conditions la cadence et l'attente du public. Il faut prendre conscience maintenant d'une réelle menace très inquiétante sur leur santé au travail et prendre les dispositions nécessaires avant la rentrée de septembre.**

Sur l'ensemble du pôle, on relève en 4 ans l'emploi de 6 contrats en alternance et une quinzaine de stagiaires (de 3 à 6 mois). Dans ce domaine, les alternants et stagiaires sont précieux pour notre activité car ils sont nés avec internet et nous apportent souvent beaucoup d'informations utiles dans la pratique de la culture web mais ils ne doivent pas servir à remplacer purement et simplement les postes devant être assumés par des salariés en interne ; on peut regretter pour ces alternants de ne pas pouvoir postuler sur les postes qu'ils ont pourtant assumés pendant de longs mois avec force et courage.

On relève également le problème récurrent du remplacement des équipes lors des prises de congés et pendant le week-end.

### **Les autres acteurs du web**

#### **Service communication**

Dans toutes les antennes du pôle au moins une personne du service communication s'attelle aux tâches quotidiennes de webmarketing devenues incontournables: mise en ligne des bandes annonce, fabrication et mise en avant de visuels promotionnels sur nos pages et pour celles de nos

partenaires, création et envoi de promo-mails et newsletter, fidélisation des publics via les réseaux sociaux, veille...

Il est dorénavant nécessaire d'avoir une stratégie de communication digitale performante même à l'échelle d'une antenne régionale car il n'y a pas de petits sujets, ni de petits événements sur le web. Au contraire on peut être sur un sujet très local qui intéresse l'international : exples : Vente des vins hospices de Beaune, Mondial air ballon.

**Contributeurs aux pages émissions de l'antenne** : responsables éditoriaux, assistantes d'émissions

**Service documentation** : recherche d'archives, travail d'investigation et de veille sur des gros dossiers ou PAE.

## La place du web à la télévision

***« Il y a un décalage entre l'équipe web et le reste de la rédaction et il y a un problème de transmission des savoirs et des usages qui évoluent trop rapidement et en permanence. »***

Une image assez significative: le livre de notes des procédures laissé par les équipes web en leur absence et qui finalement n'est plus consulté car il fait franchement peur par son volume et son « jargonage » incompréhensible par celui ou celle qui ne pratique pas régulièrement... et l'effet est pervers puisqu'au fur et à mesure que le temps passe, les activités du web se resserrent uniquement sur les seuls vrais praticiens spécialistes du web puisque la quantité de savoirs faire, supports, usages évoluent toujours beaucoup plus vite que le temps de transmission et de ces savoirs aux autres contributeurs et c'est sans compter le temps de digestion !

Il y a une réelle difficulté de transmission des savoirs aux autres contributeurs même réguliers par manque de temps pour la formation, la remise à niveau ou tout simplement la transmission des changements de procédures ou évolutions des usages.

La conséquence pour le pilote web est de devoir travailler sur son temps de repos à distance au moins pour veiller aux erreurs les plus gênantes commises par les autres contributeurs sans oublier de surveiller et alimenter les réseaux sociaux qui ne sont pas pratiqués par tous les journalistes contributeurs web. C'est d'autant plus nécessaire que le télénavigateur lui est toujours en attente de son flux d'information quelque soit l'heure et le jour et il peut à tout moment réagir à une émission ou une actualité régionale et décider d'agiter sa communauté partagée avec nous puisque nous sommes ses amis de facebook et ses followers de twitter.

***« L'adaptation à un environnement technologique et culturel télévisuel... »***

Le modèle de la presse écrite en ligne repose sur une réactivité très rapide à l'actu avec la mise en ligne d'un article écrit spécifiquement pour le web agrémenté d'une photo. Dans le cas de la télévision, la vidéo quand elle est prête vient enrichir cet article beaucoup plus tard dans la journée après être passée par un long processus de fabrication et de vérification. Le temps du web et le temps de la télévision sont décalés l'un par rapport à l'autre.

Or l'organisation du travail d'une antenne régionale est orchestrée pour fabriquer en priorité la vidéo qui est le cœur de métier de la télévision. Le service web souffre d'une inadéquation du système de fabrication pour ses besoins spécifiques et son offre éditoriale est souvent délaissée par l'ensemble de la rédaction allant parfois même jusqu'au sentiment d'illégitimité au sein de la rédaction.

Ce que l'on observe toujours au bout de 3 ans ce sont des équipes de télévision qui fabriquent en priorité un journal télévisé avant de penser à l'édition web pour transmettre l'actualité du jour.

Si nous prenions le temps de réfléchir à une organisation hybride intelligente, nous pourrions probablement mettre à profit les bénéfices du web (souplesse et réactivité) avec ceux des sujets TV (construction linéaire et réfléchi). On pourrait envisager de les rendre complémentaires et cela aurait pour conséquence d'avoir tout au long de la journée une offre éditoriale variée alternant les rendez-vous sur les 2 supports.

Plus globalement, une réflexion sur une offre éditoriale numérique adaptée à nos missions d'information régionale semble plus que nécessaire.

#### **« Nécessité d'intégrer définitivement les activités du web dans nos moyens techniques »**

Souffrant d'une mise en place tardive, la brique web n'est pas véritablement inscrite dans la chaîne de fabrication du support vidéo ni de diffusion sur le web.

**La récupération des vidéos pour internet** peut prendre plus ou moins de temps selon l'environnement technique de la station (accès à l'arborescence du SFN) et les données rattachées aux vidéos étant stockées dans la base de données de Mona Lisa ne sont accessibles qu'à la fin de la journée lorsque le sujet est PAD alors que l'info aurait pu être publiée sur le web depuis plusieurs heures. La chaîne de fabrication du JT n'est pas adaptée au temps du web.

Or la mise en ligne le plus rapidement possible d'une ITW sèche (déclaration, réaction à chaud...), d'une série d'images explicites (accident, inondations...) par exemple a une forte valeur ajoutée face à la concurrence sur le web. Notre présence sur le terrain et notre proximité propres aux régions de France 3 représente un atout stratégique en termes de réactivité. Il est donc indispensable dans un avenir proche de pouvoir intégrer dans le déploiement d'imédia (futur SFN dans toutes les régions) un outil facilitant la récupération des vidéos et des données tournées par nos reporters.

**Pour la gestion des VOD**, on observe depuis la mise en place du nouvel outil de gestion des vidéos (SIVA), un manque de visibilité côté région de l'ensemble de la chaîne d'ingestion de nos vidéos régionales (JT, émissions, météo...) ce qui est très inconfortable en cas de souci surtout pendant le week-end en l'absence de l'équipe internet. Contrairement à l'ancien système, l'éditeur web n'a plus la main sur l'ensemble du processus mais garde la responsabilité de la mise en ligne en temps et en heure de la VOD. Il faudrait éclaircir ce point et peut-être réfléchir à une procédure de dépannage en début de chaîne d'ingestion prise en charge peut-être par les cadres d'exploitation technique qui maintiennent une permanence 7j/7j .

**Concernant la diffusion de streaming live sur le web**, la mise en place récente du steamer (Wirecast) au point de diffusion pose plusieurs problèmes :

Un seul streamer sert à la fois au simulcast du premium (page web, mobile, Pluzz) et aux streaming live diffusés uniquement sur le web. Conséquence directe : si on l'utilise pour un événement diffusé que sur internet, on coupe le flux permanent du premium sur le web sans gestion d'antenne propre ! Ce problème devrait se régler lorsque il y aura 2 flux séparés : Un pour le simulcast et un dédié uniquement à la diffusion sur internet mais quand ???

Cela pose dans tous les cas la prise en charge de **la gestion d'antenne sur le web**. Pour l'instant, c'est le cadre de diffusion de service qui effectue la tâche de commutation du flux accompagné de l'éditeur ou du pilote web ou du délégué aux antennes ou du chef de centre...

Dans ces conditions, il faudrait former tous les cadres techniques sur nos usages et outils du web de façon à pouvoir mieux fonctionner avec eux dans le quotidien et lors des opérations spéciales.

Au niveau du déploiement global des outils techniques liés aux activités du web dans les régions (social TV, hangouts, streamer...), on observe une dispersion des interlocuteurs parisiens (FTVEN, DCER, Réseaux, support, IP ingénierie) ce qui ne facilite pas la tâche des équipes techniques en région qui reçoivent du matériel sans détails techniques, procédures d'installation... **Il serait préférable d'avoir un seul interlocuteur qui coordonne le déploiement de ces outils** en tenant compte des réalités du terrain, du cahier des charges, des délais de tests et de mise en place dans le respect des règles habituelles de déploiement de matériel dans nos antennes régionales.

**« On veut bien faire mais on veut aussi faire bien... »**

Une bonne partie des acteurs du web dans le pôle Nord Est regrette une prise de conscience assez peu réaliste de la part de FTVEN des conditions, contraintes techniques, manque de moyens dans le quotidien des antennes au point de frustrer, voir décourager les moins bien lotis. Le risque est de voir une progression à deux vitesses entre les régions qui ont des moyens en volume et en qualité très différents (humains, motivations, organisations, technique...)

On comprend assez bien qu'il est important de tirer vers le haut l'ensemble des équipes pour atteindre les objectifs de notre stratégie numérique mais il ne faudrait pas creuser un trop grand fossé entre les objectifs et ce qui est réalisable dans les faits. La vigilance semble être assurée du moins par certains délégués aux antennes conscients de la réalité du terrain afin de dimensionner au plus juste les missions en fonction des forces en présence sur le numérique en région. Cependant, il est important que la prise de conscience s'élargisse à l'ensemble des strates de l'organisation de notre entreprise, que les discours s'harmonisent pour pouvoir atteindre des objectifs réalisables, reproductibles et pérennes dans de bonnes conditions de travail.

### **Problème de mesure et d'analyse fine des audiences**

Tous les jours l'outil XITI livre par mail le reporting des pages de la veille par antenne avec le top 5 des pages tags (thématiques), top 20 des articles, indications sur le trafic et ses accès. Claude Tronel réalise un travail plus analytique documenté pour chaque antenne à l'échelle du pôle qui nous permet d'identifier nos publics et notre évolution dans le temps, travail indispensable pour continuer à progresser.

Il manque cependant des outils d'observation microscopiques précis pour mesurer finement l'impact du travail effectué sur les pages web régionales (regrette l'audience URL par URL de l'ancien

système qui permettait de voir l'effet de traîne) en particulier pour les pages programmes et les pages dédiées aux émissions spéciales, streaming live.

## **Les antennes régionales au sein de la stratégie numérique de FranceTV ?**

Globalement il y a peu de relations entre les régions et les services rédactionnels de francetvinfo et culturebox. Plusieurs cas pratiques se sont répétés, où par manque de communication, les mêmes sujets sont traités par une région et par la rédaction de francetvinfo sans qu'il ait eu concertation.

D'autre part, les événements régionaux qui ont un retentissement national sont rarement mis en avant sur le site francetvinfo ou Culturebox, soit par manque d'anticipation ou tout simplement à cause de l'absence de points de contact entre ces 2 entités et les rédactions en régions.

Plus globalement même si la responsabilité éditoriale se situe au niveau de l'antenne régionale, on est en droit d'espérer une marge de progression de la stratégie éditoriale entre la direction numérique et la direction de l'information dans le périmètre des antennes régionales.

## **Conclusions, préconisations, perspectives ?**

L'empilement des tâches, la démultiplication des supports et des formes des contenus numériques à fournir 7j sur 7j, 24h sur 24 h ne peut plus être réalisé avec le modèle d'organisation et de moyens humains proposé en 2011 à la naissance du projet. Il est devenu étreint au regard de la multitude des tâches à faire et en plus, il n'est toujours pas imbriqué dans l'environnement technologique et culturel de la télévision.

L'exigence et l'attente des télénavigateurs vis-à-vis de l'offre numérique par contre elle, est belle et bien montée en puissance comme les outils d'audience et les réactions de notre public dans les réseaux sociaux, les messages pour revoir les VOD le prouvent. On peut également dire que l'offre numérique régionale joue maintenant dans la négociation des contrats avec nos partenaires lors d'opérations exceptionnelles.

Attention, dans les conditions actuelles, il y a un certain nombre de facteurs de risques professionnels ressentis en termes d'organisation du travail, de rapport à la charge de travail, de niveau d'autonomie, de soutien et de reconnaissance.

Au regard de ce bilan, en attendant la mise en place de nouvelles transformations suite au rapport Brucy, les membres de la commission demande à la direction de notre pôle de mettre en œuvre une réflexion globale suivie d'une stratégie d'offre éditoriale adaptée aux moyens de nos antennes au-delà de nos initiatives et solutions engagées dans chacune d'elles qui peuvent évidemment la nourrir. Il est temps d'inscrire les activités du web dans nos moyens humains et matériels pour pouvoir les organiser et structurer de façon pérenne autour d'un socle solide et reproductible, seul garant d'une progression sereine à long terme.

## Le socle minimum par antenne pourrait se composer ainsi

1 pilote web et son vivier de journalistes web et adjoints identifiés, formés qui tournent régulièrement sur l'activité.

1 éditeur web

1 personne du service communication identifiée pour le webmarketing

Des cadres techniques sensibilisés et formés aux outils et usages du web (streaming Live, dépannage VOD, récupération de vidéo)

Une expression de besoins en moyens techniques et humains pour les activités du web serait la meilleure façon de préciser ce socle.

## ANNEXES

**Storify** outil qui permet de sélectionner des informations provenant de différentes sources (Twitter, Facebook, Flickr, YouTube, Storify, Google, d'un flux RSS ou d'une page web) afin de pouvoir créer une «histoire» (Story) dans le but de donner un point de vue.

**Hangouts** de Google+ est une application qui permet d'effectuer des appels vidéo gratuits, à deux ou en groupe via internet. Le système a été utilisé en amont des élections municipales pour faire dialoguer plusieurs internautes en même temps avec des politiques présents sur un plateau TV aux côtés de journalistes ; la source web étant incrustée dans l'image finale en temps réelle.

**Social TV** est un système qui agrège des flux émanant des réseaux sociaux pour les réinjecter en temps réel dans un programme TV après modération et sur une thématique précise à l'aide de mots clés.

**Benchmarking** est une démarche au départ marketing qui consiste à observer et analyser les pratiques utilisées par la concurrence à des fins de réutilisation dans son entreprise.

**Coveritlive** est un outil permettant de créer un direct participatif sous forme de chat dans lequel on peut insérer des médias audio, images, vidéos, commentaires, tweets... modérés en temps réel pour suivre un événement particulier (match, cérémonie...)

**minute-par-minute** est une forme de narration efficace pour couvrir un événement en direct qui consiste à le raconter dans un seul et même article en distillant les informations au fil du temps qui passe.

## FTVEN au service des régions

FTVEN (France Télévision Edition numérique) a en charge la coordination des sites régionaux et ultramarins. L'équipe nous propose au fil de l'eau depuis 3 ans des outils accompagnés de modes d'emploi (DRUPAL, social TV, hangouts, plateforme pour faire des webdocs, streaming live...) et en assure la maintenance avec une disponibilité du lundi au vendredi et le week-end en cas d'urgence

uniquement. Il nous soumet aussi des idées pour la mise en forme visuelle des articles (infographie interactive, frise chronologique, carte interactive...) ainsi que pour les formes d'écriture (minute par minute, portrait, blogs, diaporama...).

La mission de ce service prend en charge également le déploiement de dispositifs plus complexes comme pour les élections, la mise en place de l'appli mobile, l'optimisation du référencement et de l'hébergement de nos sites, nos serveurs et une partie du reporting.

Enfin, côté vidéos il gère la mise à disposition des VOD sur nos sites et vers Pluzz à partir du moment où elles sont disponibles sur le serveur de FTV.

Une force de proposition évidente et les relations abondantes et riches entre FTVEN et les régions ont permis d'industrialiser un modèle qui a fait ses preuves avec un envol de + 300% des sites régionaux depuis l'arrivée de DRUPAL.



## Commission lutte contre les discriminations du CE Pôle Nord Est le 23 juin 2014 à Amiens

### **Présent(e)s:**

Marc Chauvelot (Reims), Isabelle Vieira (Nancy), Dominique Choisy (Amiens)  
(en visioconférence) Laurence Carpentier (Lille)

### **Participant(e)s pour la direction:**

(en visioconférence)

Catherine Bayol, Eric Baraud, Rachel Ruff, Delphine Lenormand

*Une commission qui s'est tenue à l'antenne de Picardie. On peut regretter la trop faible participation des membres de la commission. L'éloignement et les difficultés de transport l'expliquent en partie.*

*La matinée a été consacrée à l'examen des nombreux documents transmis par la direction. La commission "lutte contre les discriminations" apparaît comme un lieu bien approprié pour préparer les travaux du CE sur les thématiques de type "sociétal". Egalité des chances, diversité, handicap, contrat de génération, égalité professionnelle.*

*L'après midi est consacré à un échange en visioconférence depuis Strasbourg avec Mme Bayol, M.Baraud, Mme Lenormand et Mme Ruff.*

### **1- Label diversité**

Le label diversité a été attribué par l'AFNOR en mars 2014 à FTV. Comme cela a déjà été dit, il s'agit moins de la reconnaissance d'une politique effective qu'une orientation dans laquelle l'entreprise souhaite s'inscrire. Une douzaine de thèmes ont été retenus pour la feuille de route de FTV qui vont de l'éditorial (améliorer l'expression de la diversité sur les antennes, renforcer l'accessibilité des programmes) à la formation (des collaborateurs, des managers), des interlocuteurs sociaux, en passant par l'emploi (recrutement, alternance, carrières), la mixité et les achats "responsables".

Un ensemble de points à améliorer dont on a un peu de mal à comprendre comment on va mesurer la progression. Pour la direction, cela dépend des thèmes. Pour ce qui concerne les antennes, un logiciel a été programmé pour classer selon les critères, le temps passé, les personnes qui s'expriment, ce qui permet de faire une extraction statistique pour une base de départ dont on pourra mesurer les évolutions chaque année. Pour ce qui concerne le secteur protégé, à chaque fois qu'un achat "responsable" est opéré, il est identifié et comptabilisé. De même pour la formation à la lutte contre les stéréotypes.

Mais des questions de fond demeurent. Qu'est ce que la diversité? Où commence-t-elle? Où s'arrête-t-elle? Est-ce que diffuser un documentaire sur la difficulté d'installation des jeunes agriculteurs aujourd'hui relève de la diversité? La direction du Pôle Nord Est a réalisé un bilan de son engagement pour 2013. Il comporte la campagne d'affichage interne. L'affiche montrant 15 collaborateurs en situation de handicap a été déchirée dans certains sites du pôle. Il faut comprendre les raisons d'un tel rejet par une partie de l'entreprise.

Un effort a été fait dans le Pôle pour la formation. 80 personnes ont suivi une formation en 2013 en lien avec le thème de la diversité. Sensibilisation au handicap (17 personnes), management de la diversité (48 personnes), diversité et non discrimination (15 personnes).

La commission considère que les quatre thèmes mis en avant par FTV sur le thème de la diversité sont en réalité 5. Mixité et égalité hommes/femmes, handicap, âge (jeunes et seniors), diversité sociale et ethno culturelle. Ces deux derniers thèmes ont été regroupés mais ne se confondent pas. On peut être victime de discrimination ethno culturelle sans subir de discrimination sociale.

La commission considère que pour que la politique de diversité fonctionne, il faut une filière RH sensibilisée et armée pour s'opposer aux logiques managériales de rentabilité immédiate. Un vrai contre-pouvoir interne qui replace l'humain au coeur de l'entreprise. A défaut ces orientations resteront une batterie de voeux pieux. Cela passe aussi par de vraies compétences RH de la filière, ce qui n'est pas toujours le cas. Les réponses approximatives ou erronées sont extrêmement déstabilisatrices.

La commission déplore l'absence de suite donnée à la motion de défiance encadrée et affichée pendant des mois dans le bureau d'un chef de service à l'antenne d'Amiens. L'audit de la DDSQVT n'est pas une réussite. Un des intervenants extérieurs a été d'une grande maladresse. Il a dissuadé par son attitude un grand nombre de salariés de participer à l'audit et aura ainsi permis de conforter le cadre aux pratiques managériales déviantes. On peut parler de ratage.

Il faut aussi souligner que la suppression des commissions paritaires pèse lourdement sur le ressenti des salariés quant aux recrutements, à la mobilité, à la gestion de carrière, à la politique salariale, désormais entourés d'une grande opacité. La commission considère que les comités salaires et la représentation du personnel (DP, CE), tant au niveau local qu'au niveau national, ont un rôle éminent à jouer, ce que rappelle l'accord collectif. Ce sont des outils qui permettent d'assurer l'équité.

A propos de l'alternance, la commission dénonce l'absence de continuité entre la formation et l'emploi. Un débat a lieu avec la direction qui considère que FTV doit jouer un rôle de support à l'alternance mais n'est pas en capacité aujourd'hui d'assurer la continuité vers l'emploi. Surtout dans les métiers qu'elle juge moins porteurs que d'autres (montage, cadre, son). Pour la commission l'alternance doit pouvoir favoriser l'égalité des chances en portant l'accent sur la diversité.

## **2- Allô Discrim**

Allô Discrim fait partie du label AFNOR. Un conseil juridique gratuit et confidentiel est proposé à tout salarié qui se sent victime de discrimination. L'avocat établit un diagnostic et présente au salarié des pistes d'action et des démarches pour faire cesser le traitement discriminatoire ou en corriger les effets.

La distinction se fait entre la discrimination interdite, qui renvoie aux 20 critères légaux (on vient d'y ajouter l'orientation sexuelle et la résidence), et l'inégalité de traitement, qui ne relève pas de la discrimination au sens légal mais qui, du point de vue de la commission, est tout autant contestable.

La discrimination peut être directe ou indirecte, par association (un employé moins bien traité que les autres parce qu'il s'occupe de son enfant handicapé), multiples, il peut s'agir de harcèlement discriminatoire (porter atteinte à la dignité d'une personne et créer un environnement hostile, dégradant, humiliant et offensant), de déqualification (diminuer les responsabilités, confier des tâches sans rapport avec la qualification).

Le pôle Nord Est recueille 19% des appels mais le document ne donne pas de détail pour les différents indicateurs au niveau du Pôle.

Globalement ce sont 60% des cadres, 41% des journalistes, 31% filière administrative et 26% filière technique qui ont contacté Allô Discrim.

Les traitements défavorables exprimés portent sur la carrière (46%) et les salaires (33%) quand ils sont économiques et l'atteinte aux droits des salariés (78%) et (22%) à la personne du salarié quand ils ne sont pas d'ordre économique.

Le premier diagnostic posé par l'avocat c'est l'inégalité de traitement (34%), la discrimination (26%) et le harcèlement (23%).

Etat de santé, handicap, origine, âge, activité syndicale sont les principaux thèmes. Plus loin viennent l'orientation sexuelle, la situation de famille et l'appartenance à une ethnie.

Dans 31% il y a information et 69% des cas, "remédiation", c'est-à-dire assistance d'Allô Discrim' pour régler le problème. Dans la moitié des cas, le salarié suit les conseils de l'avocat ce qui entraîne une issue positive. 34% le salarié se voit attribuer l'avantage demandé, 33% il y a une étude, 33% les demandes ne sont pas satisfaites par l'employeur qui motive sa décision.

### **3- Bilan handicap 2013**

La presse s'est récemment fait l'écho d'un rapport interne sur la visibilité des handicapés dans l'information à FTV. Cette visibilité est très minime. Les handicapés qui représentent plus de 15% de la population totale (mais 80% d'entre eux ont un handicap invisible) n'apparaissent que dans 1% des reportages diffusés sur France 2 et France 3 entre janvier et mars 2014. Et ce, malgré l'actualité des jeux paralympiques de Sotchi. *"L'enjeu c'est que les handicapés ne soient pas seulement sollicités pour parler du handicap mais également d'économie, de sciences, de culture"* fait remarquer Stéphane Bijoux, directeur délégué pour la diversité dans l'information.

Au niveau des programmes, des efforts ont été faits à FTV. L'excellente série **Vestiaires** sur France 2, **Plus belle la vie** et **Midi en France**, la **Tête de l'emploi** diffusé sur toutes les antennes régionales. La progression des items est mesurée sur chaque antenne. L'enjeu est la banalisation du handicap.

Sur la dimension ressources humaines, l'accord de groupe de 2011 s'applique jusque fin 2015. Il porte sur l'embauche, le déroulement de carrière, le maintien dans l'emploi, la sensibilisation, la sous-traitance, les droits spécifiques aux handicapés. La difficulté dans un contexte de plafond d'emplois est de conserver les stagiaires et les alternants.

Sur la fonction achats, un gros effort est fait pour travailler avec le secteur protégé. Recyclage des équipements informatiques et techniques, traiteurs et plateaux repas, recyclage cassettes vidéo, espaces verts.

Dans le Pôle Nord Est, le bilan handicap 2013 est mitigé.

### **Emploi**

Sur l'emploi, il y a eu 15 sorties de TH pour 6 entrées, soit un solde négatif de 9 postes. On constate donc une baisse du taux d'emploi des travailleurs handicapés.

L'obligation d'emploi est de 66 TH, on en compte 53, il en manque 13.

De plus, dans les 6 postes, 3 ont entre 55 et 60 ans. La problématique de l'âge est donc réelle.

Sur les 53 salariés ayant la reconnaissance de leur qualité de travailleurs handicapés (RQTH), il y a 24 femmes et 29 hommes.

Le taux d'emploi est de 4,03% dans le Pôle Nord Est alors que l'obligation légale est de 6%.

En tendance pluri annuelle, le taux d'emploi passe de 3,99% en 2011 à 4,06% en 2012 à 4,03% en 2013.

	2011	2012	2013
Effectifs	1133	1142	1104
Obligation	67	68	66
Nombre de TH	54	62	53
Pourcentage	3,99%	4,06%	4,03%

### **Antennes**

Les antennes de France 3 Nord Est ont diffusé 10 documentaires de 52 minutes sur le handicap, 13 magazines et 22 sujets, sans compter les reportages dans les JT.

### **Sous traitance**

La sous-traitance a été développée vers le secteur protégé à hauteur de 41K€, ce qui représente une progression de 1,94 à 2,21 ETP (équivalent temps plein) travailleur handicapé.

A noter la baisse générale entre 2011 et 2012, en raison de l'abandon progressif de la cassette vidéo (recyclage), et la forte croissance en 2013, lié à la diversification.

### **Accessibilité**

En terme de mobilité et d'accessibilité, un ascenseur et un nouvel accès ont été mis en service en 2013 pour les personnes à mobilité réduite à France 3 Alsace.

#### **4- Accord égalité professionnelle du 28 avril 2014**

Un accord signé par la CGT et FO et qui prend la suite de l'accord du 13 juillet 2007. Ses objectifs sont de développer la mixité dans les métiers et dans l'encadrement, de favoriser le développement de carrière des femmes, de garantir l'égalité salariale, de faciliter la parentalité.

Sur le volet éditorial l'accord contient des engagements pour améliorer la représentation des femmes dans les programmes.

Dans le Pôle Nord Est, un certain nombre de documentaires et de magazines portant sur ce thème ont été diffusés.

Sur chacun des thèmes de l'accord, des objectifs chiffrés sont fixés comme de porter la part des femmes dans l'encadrement journalistes à un tiers d'ici fin 2016.

En matière de mixité, l'obligation de respecter un équilibre global en favorisant les recrutements du sexe sous représenté (à compétences et qualifications identiques).

Les demandes de regroupement familial, notamment pour les couples salariés de FTV, devront être traitées prioritairement dans l'ordre des demandes. En attendant ce regroupement des aménagements du temps de travail (temps partiel, passage à 4 jours, congé sabbatique) seront privilégiés.

Améliorer les conditions d'accès à la formation. Intégration d'un module de lutte contre les stéréotypes dans toutes les formations de management et de développement personnel. Examen prioritaire des besoins en formations pour les salarié(e)s de retour de congé maternité, parental ou arrêt de travail.

Sur l'évolution professionnelle, bilan professionnel pour les salariées occupant le même poste et la même fonction depuis 7 ans. Evolution vers des postes à responsabilité sans mobilité obligatoire.

Sur le volet rémunération, réduction des écarts existants dans le cadre de la NAO. Positionnement équivalent pour un même emploi, niveau de responsabilité. Répartition équitable des mesures individuelles. Rattrapage salarial au retour du congé de maternité ou d'adoption.

Pour la commission, la discrimination homme/femmes ne provient pas de la moindre formation ou qualification des femmes mais du fait que ce sont les hommes qui ont majoritairement le pouvoir dans l'entreprise. Ainsi pour ce qui concerne le retour de congé maternité. Une femme qui revient au travail n'est plus tout à fait la même qu'avant, puisqu'elle a désormais un enfant. L'enjeu n'est donc pas seulement de remise à niveau mais de prise en compte de la situation dans son ensemble.

Il n'est plus acceptable d'entendre des remarques comme celle-ci "*A peine embauchée, déjà enceinte.*"

Pour la commission  
le président  
Marc Chauvelot



## Bilan de l'emploi des travailleurs handicapés 2013 dans l'établissement Pôle Nord Est

Les élus du CE Pôle Nord Est constatent la baisse sensible de l'emploi des travailleurs handicapés passant de 62 en 2012 à 53 en 2013.

Les 15 sorties de travailleurs handicapés en 2013 (dont 6 départs en retraite, 4 qui ont basculé dans l'invalidité, et 2 reconnaissances non reconduites) n'ont pas été compensée par les 6 entrées.

**Il manque 13 travailleurs handicapés. Le pourcentage d'emploi est de 4,03% alors que l'obligation légale est de 6%.**

Les élus notent que l'accueil de stagiaires handicapés est inexistant dans le Pôle.

Dans un contexte de plafonnement d'emploi, le Pôle Nord Est pourrait accentuer son effort vers l'emploi indirect (recours aux ateliers protégés et achats responsables).

Les élus ne disposent toujours pas d'information sur la répartition détaillée par antenne des travailleurs handicapés dans le Pôle.

France télévisions, qui a obtenu le label diversité de l'AFNOR, doit s'engager de façon plus volontaire dans cette action qu'elle même définit comme prioritaire.

**Pour les élus du CE Pôle Nord Est, les objectifs ne sont pas atteints. Ils émettent donc un avis négatif sur le bilan de l'emploi des travailleurs handicapés 2013 dans le Pôle Nord Est.**

Dijon, le 11 juillet 2014

Avis adopté à l'unanimité (14 voix)  
Cgt, Cfdt, Snj s'associent