

franceinfo:

Un défi majeur pour tout l'audiovisuel public

Contrairement aux apparences, l'événement marquant de la rentrée n'est pas le lancement de la chaîne info le 1er septembre mais celui de la nouvelle plateforme numérique d'information du service public qui a eu lieu bien plus discrètement le 24 août dernier.

Le lancement de l'offre publique d'information n'a de sens que dans la perspective, que nous avons toujours mise en avant, d'accompagner les nouveaux usages et de toucher sur le web les spectateurs, singulièrement les jeunes, qui ne regardent plus les infos à la télé, voire qui n'ont plus de téléviseurs et qui s'informent désormais de façon totalement délinéarisée.

« *Il faut être absolument moderne* », écrivait Rimbaud. C'est le pari que fait le service public de vouloir ouvrir ainsi, à l'aide

des fameux « modules », orientés vers les smartphones, cette nouvelle fenêtre au décryptage et à la compréhension du monde, aux antipodes de ce « chewing-gum des yeux », ces boucles du vide que proposent le plus souvent les chaînes d'info en continu.

Le projet, on le sait, est tiraillé entre numérique et télévision. Nul doute que des arrière-pensées politiques ont pesé sur la décision d'accélérer le mouvement pour lancer dans l'urgence la chaîne info sur la TNT, de façon à rendre les choses irréversibles. On n'a pas oublié qu'en 2002 le gouvernement Raffarin s'était permis de liquider le projet de bouquet TNT de Marc Tessier parce qu'il n'était pas suffisamment avancé. Mais si les uns comme les autres s'imaginent réduire la nouvelle offre d'info à un outil de communication politique, ils se fourrent le doigt dans l'œil.

■ Des perspectives d'avenir pour l'audiovisuel public

L'enjeu dépasse de très loin ce calendrier politique. Il impacte la quasi totalité des sociétés de l'audiovisuel public qui pourront ainsi démontrer, si les conditions du succès sont réunies, le rôle irremplaçable et la plus value du service public. Pour ces raisons, la CGT a approuvé le principe de cette offre nouvelle de global média, mais en émettant un ensemble de réserves dans toutes les instances où elle a été consultée. Et elle

n'a d'ailleurs pas signé l'avenant n°7 à l'accord d'entreprise dit « chaîne info ».

La question des moyens financiers, humains et matériels est bien entendu prioritaire, compte tenu de la mise en œuvre simultanée de plans de réduction d'effectifs (500 postes à FTV et 230 à Radio France), en contradiction totale avec l'ambition de développement... Et on ne peut que déplo-

rer le nouveau report de la réforme de la redevance qui laisse une nouvelle fois l'audiovisuel public sans modèle économique crédible, dynamique et pérenne.

Les discours tout faits sur les mutualisations, les synergies et autres gains de productivité ne suffiront pas pour atteindre les objectifs fixés. Il faudra bien que la direction et la tutelle en prennent conscience si elles ne veulent pas livrer une copie indigne du service public et entraîner l'ensemble des

entreprises « partenaires » dans des tensions sociales insurmontables.

L'audiovisuel public doit être présent sur tous les fronts, au moment où la révision de son périmètre est annoncée par une droite de moins en moins complexée (voir le livre-programme *Tout pour la France* de Sarkozy) qui non seulement estime que l'offre publique d'info n'est « pas utile » mais aussi qu'il y a une chaîne de trop à FTV...

■ Contrechamp social

Pour la CGT, il faut inventer notre propre modèle social, organisationnel et éditorial, récuser les formules low cost du privé, ne pas faire de l'offre publique d'information un Cheval de Troie pour des polyvalences débridées qui tireraient l'ambition qualitative du projet vers le bas, avec conditions de travail et pratiques professionnelles dégradées.

La CGT a choisi d'exercer le contre-pouvoir syndical de façon pragmatique en obtenant la mise en place, au niveau du CCE et pour une durée de 18 mois, d'une commission d'analyse, de suivi de la mise en œuvre et d'ajustement de l'offre publique d'information (CASMOA), avec un comité de pilotage paritaire sur la question des métiers, et avec l'aide de l'ANACT (Agence Nationale pour l'Amélioration des Conditions de Travail).

Cette démarche, qui doit permettre d'infléchir le projet dans un sens plus favorable socialement, est saluée par l'Assemblée Nationale ([Rapport Beffara](#) pour la commission des finances). Elle mériterait d'être élargie à l'ensemble des partenaires du projet (Radio France, France 24, INA, en attendant peut-être LCP et Arte).

Un certain nombre de journalistes des rédactions parisiennes, qui subissent depuis des mois la fusion contestée d'Info 2015, ne veulent pas se voir imposer de collaborer à franceinfo. D'un autre côté, nombreux sont les salariés des régions et des outre-mer qui ne comprennent pas qu'ils en soient pour l'instant exclus, alors que c'est précisément là que le service public pourra faire la différence. Les personnels de Télématin, en première ligne lors du lancement, ne veulent pas d'une mise en concurrence sauvage et revendiquent d'approvisionner la grille matinale de la Chaîne Info et non l'inverse. Voilà quelques-unes des questions qui seront à régler.

Pour la CGT, afin que le projet prenne tout son sens, il devra associer toutes les composantes de l'entreprise, inclure les réseaux régionaux et ultramarins, s'appuyer sur l'expertise de nos métiers, donner la priorité à l'aspect créatif et délinéarisé sans sacrifier les bonnes pratiques professionnelles. Si l'on peut comprendre qu'un projet d'une telle ampleur ne puisse être d'emblée abouti, il devra nécessairement évoluer dans un sens toujours plus favorable à l'intérêt des salariés et à l'ambition de service public.

Paris, le 1er septembre 2016