LES ÉCHOS DU CE

AVRIL 2017

Présents pour la CGT : Alexandra BOULAY-DUPE (Nantes), Karine CEVAER (Rennes), Vincent FLOUR (Vanves), Catherine GAUBERTI (Caen), Sophie GOUBIL (Nantes), Jean-Hervé GUILCHER (Brest), Hervé GUILLERMIC (Vanves), Nathanaël LEMAIRE (Orléans), Fernando MALVERDE (Vanves), Sylvain TOCCO (Rouen).

Représentant syndical : Danilo COMMODI (Le Havre).

Egalement présents au CE/CHSCT sur le feuilleton : Gaëlle ARZUR (Brest), Carole COLLINET-APPERE (CHSCT, Brest), Thierry DROUADENNE (CHSCT, Rennes), Audren MENORET (Filière de production, Rennes). **Représentante syndicale :** Valérie MARQUET (Filière de production, Rennes).

✓ FEUILLETON DE MONTPELLIER : UN PROJET DANS LE PROJET

Dans le cadre de l'information/consultation sur le projet de feuilleton de Montpellier, la direction a convoqué en réunion extraordinaire le CE et le CHSCT de la région Bretagne. Ce « périmètre » fait référence à la présence d'un site de la filière de production à Rennes.

Résumé du projet

➡ La Présidente souhaite lancer en janvier prochain un feuilleton sur l'antenne de France 2, comme France 3 en a déjà un avec *Plus belle la vie*. C'est d'ailleurs le directeur de cabinet de Delphine Ernotte qui vient présenter le projet devant les élus.

Ce feuilleton serait diffusé en « pré-access prime time », soit vers 17h pour la sortie de l'école. Il viserait un public jeune et féminin.

Si la diffusion commence en janvier, les tournages doivent commencer début octobre, le calendrier est donc très serré.

➡ Delphine Ernotte souhaite que ce feuilleton soit produit et fabriqué en interne, ce qui n'est pas le cas de *Plus belle la vie*. Cette production en interne a été rendue possible par l'accord signé en décembre 2015 avec les producteurs privés. Il assouplit les décrets Tasca qui étranglent le service public depuis 20 ans, en permettant à France Télévisions de produire en interne jusqu'à 12,5% de ses obligations annuelles dans la

création (420 M€), à condition de faire un feuilleton. Jusqu'ici la part dépendante (part de production interne) était limitée par les fameux décrets à seulement 5%, ce qui revenait à dire que France Télévisions avait l'obligation de coproduire dans le privé 95% de ses obligations dans la création. L'entreprise n'avait quasiment aucun droit de propriété sur les œuvres qu'elle finançait (parts producteur). Désormais, nous serons propriétaires des 12,5% d'œuvres que nous produisons nous-mêmes avec notre filiale de production MFP (Multimédia France Productions).

➡ Le feuilleton sera fabriqué par la Filière, mais à la différence de *Plus belle la vie*, la direction souhaite que ce soit majoritairement avec des salariés permanents, alors que *Plus belle la vie* est fabriqué essentiellement par des intermittents.

➡ Le feuilleton sera tourné en studio et en extérieur, à raison de 235 épisodes de 26 minutes. Les tournages en extérieur, c'est ainsi que la direction explique le choix de Montpellier, du fait des 300 jours d'ensoleillement par an : il y aura en parallèle deux équipes de tournage (une en studio et une en extérieur) + une équipe légère chargée de faire des plans de coupe et de paysages.

➡ Pour fabriquer ce feuilleton, France Télévisions souhaite créer un nouveau site de la Filière, à Vendargues dans la banlieue de Montpellier. Les lieux ont été trouvés : il s'agit d'une ancienne plateforme logistique de transport. Un immense entrepôt de 16 000 m2 sur un terrain de 33 000 m2. Il sera loué pour 9 ans. La direction va y construire dans un premier temps deux studios de 1000 m2 chacun.

➡ Mais vu l'immensité du site, la direction voudrait y centraliser un certain nombre d'activités : la fabrication des décors (menuiserie), les accessoires (meubles, costumes). Elle souhaite également y transférer le car de la vidéo-mobile de Marseille.

➡ La post-production du feuilleton ne se ferait pas à Montpellier mais au Franay (ensemble de studios que loue France Télévisions à St-Cloud, aux portes de Paris). La direction souhaite y aménager un site de post-production comportant 6 salles de montage, 2 auditoriums de mixage, etc. L'argument avancé, c'est que les auteurs et les producteurs sont à Paris et que sur un feuilleton, ils ont besoin d'intervenir quotidiennement. On comprend en tout cas qu'ils n'ont pas envie de s'aventurer chez les gueux…

➡ En termes d'emploi, le projet prévoit 200 salariés, dont 102 techniciens de la Filière. Les 98 autres postes relèvent de la partie production et artistique (réalisateurs, comédiens, scénaristes, ainsi que les HMC (habillement-maquillage-coiffure)) et dépendraient donc de la filiale MFP.

Sur les 102 techniciens, 92 seraient des postes permanents, dont 79 à Montpellier et 13 à St-Cloud.

Les conséquences du projet

Ces postes seraient pourvus par redéploiements, ce qui veut dire que le projet va avoir un impact fort sur les autres sites de la Filière. Ils sont actuellement 8, dont 4 tournent des fictions (Lille, Lyon, Marseille et Bordeaux).

Se pose la question de l'avenir des tournages de fictions sur ces sites, si les salariés sont partis à Montpellier. Et de leur avenir tout court, si on n'y tourne plus de fictions.

Le projet de centralisation de la fabrication de décors à Montpellier va entrainer la fermeture des menuiseries de Lyon, Marseille et Paris. La centralisation des accessoires entrainerait la fermeture d'espaces de stockage à Lille, Lyon, Paris, Marseille et Bordeaux.

Mais l'impact pourrait atteindre tous les sites de la Filière :

➡ D'abord parce que des salariés de toute l'entreprise peuvent postuler et que cela va déshabiller des sites.

➡ Ensuite, une cellule de post-production à St-Cloud inquiète sur l'avenir de la post-production en région.

➡ Par ailleurs, le projet comprend une phase 2 et une phase 3, très floues pour le moment.

- La phase 2 prévoit de rediscuter du nombre de cars de vidéo-mobile et de leur localisation. Il y a 6 cars actuellement, tous basés en région. La direction ne cesse d'affirmer que 90% des besoins de tournage sont à Paris. Elle souhaite « rationaliser » et surtout réduire drastiquement le coût des déplacements.

- La phase 3 évoque les programmes régionaux, autrement dit l'activité des équipes légères et de la post-production. On évoque la possibilité de basculer ces salariés dans les directions régionales, ce qui n'est pas le cas actuellement (ils dépendent de la direction des Opérations au siège).

Sur un petit site comme celui de Rennes, l'inquiétude des salariés est palpable. L'activité du site, c'est un petit car de vidéo-mobile (le même que celui de Marseille), des tournages en équipes légères pour les programmes régionaux (essentiellement les émissions en langue bretonne et Littoral) et de la post-production (émissions régionales, documentaires). Depuis quelques années, l'activité est quasi-exclusivement dépendante des programmes régionaux, alors qu'auparavant le site de Rennes montait régulièrement des documentaires nationaux. Cette tendance inquiète pour l'avenir, surtout s'il y a une cellule de post-production au Franay.

La direction nie tout impact du projet sur le site de Rennes. Yves Dumond, le directeur des opérations affirme que le site du Franay ne pourra monter du documentaire régional que dans des cas de force majeure. Mais on sait ce que devient l'exception dans cette entreprise…

Les élus ont adopté une ➡ **motion**.

✓ BILAN 2016 DU PLAN DE FORMATION

Les élus ont donné un ➡ **avis négatif** au bilan de la formation pour 2016, ce qui a suscité le mécontentement de M. Godard. Apparemment, la direction était convaincue que les élus donneraient un avis positif.

Certes, le service formation a su mobiliser efficacement des financements de l'AFDAS et parvenir finalement à des dépenses de formation supérieures au budget (321 503 € pour le Pôle Nord-Ouest contre 221 937 € au budget), mais la vision comptable masque une réalité qui ne satisfait pas les élus.

Malgré notre demande récurrente, nous n'avons toujours pas de retour sur l'adéquation entre les demandes de formation des salariés et la réalité des formations effectuées.

En termes de formation France Télévisions se borne à regarder « l'employabilité » de ses salariés. L'écrasante majorité des formations consiste à adapter les salariés à leur poste de travail, au détriment des formations « cœur de métier » qui permettent les montées en compétence : seulement 10 formations de ce type pour les PTA en 2016.

Principal budget, les formations à I.Média ont représenté 204 738 € pour la technique et 11 800 € pour l'information sur le budget central de formation. Cela représente les ¾ du budget technique central et 1214 stagiaires, à l'occasion du déploiement d'I.Média dans 3 régions (Normandie, Pays de la Loire, Centre-Val de Loire).

Pour les journalistes, la formation DOIR (dynamiser l'offre d'information régionale) a représenté 93 150 € pour 54 journalistes formés, la moitié sur le budget régional de formation, l'autre moitié prise en charge par la direction du réseau de France 3. Les formations à la présentation (duplex, interviews en plateau) ont coûté 16 247 € pour 11 journalistes. 16 journalistes ont été formés au MOJO (Mobile Journalist) et 24 au web.

Sur le e-learning, les choses progressent, la direction reconnaît du bout des lèvres qu'elles se font sur le temps de travail et doivent être planifiées. Faites-nous remonter les éventuels dysfonctionnements, si vous ne parvenez pas à vous faire planifier pour effectuer votre formation en e-learning.

➡ **Voir le compte-rendu** de la commission emploi-formation.

✓ BILAN SOCIAL 2016 : UNE DIRECTION EN PANNE D'ANALYSE

Là encore, les élus ont donné un ➡ **avis négatif**.

Le bilan social n'est pas bon : effectifs en baisse, politique de rééquilibrage des salaires entre les femmes et les hommes au point mort, écart croissant entre les hauts et les bas

salaires, absences en hausse dans certains secteurs, en particulier chez les journalistes, contentieux repartis à la hausse (8 procédures aux prud'hommes déclenchées en 2016).

A titre d'exemple, en 2016 dans l'ex-Pôle, les 10 plus hauts salaires gagnent près de 4 fois plus que les 10 plus bas.

Les élus ont posé beaucoup de questions, mais obtenu peu de réponses. Ou alors très évasives. C'est à se demander si la direction a seulement lu le bilan social…

➡ **Voir le compte-rendu** de la commission emploi-formation sur le bilan social.

✓ VANVES : LA LOI DES SERIES

Près d'un an après l'incendie de la station de Vanves, un nouvel incendie s'est produit le 21 avril dernier. Un feu de poubelle a endommagé le DSNG et détruit les câbles reliant le car de Toulouse (qui sert de régie provisoire) à la station. Ces dommages viennent s'ajouter à ceux de juillet 2016 qui ne sont toujours pas résolus.

Les salariés travaillent dans des conditions très dégradées, sans savoir quel sera l'avenir de la station. Car le démarrage des travaux de remise en état est suspendu à l'accord d'un expert judiciaire qui a été désigné. Pour l'instant, on assiste à une querelle entre assurances. Une trentaine de parties est impliquée dans cet imbroglio.

Afin de ne pas être soumise à des procédures qui peuvent durer 4 ans, France Télévisions a proposé à l'expert judiciaire de réserver une zone au sous-sol afin de pouvoir débuter les travaux sur le bâtiment avant la fin mai ; on attend sa réponse. Il y a 3 mois de travaux avant d'envisager les travaux techniques de reconstruction de la régie.

De son côté la direction générale de l'entreprise a chargé deux chefs de projet de réfléchir à des solutions alternatives à la reconstruction de la station de Vanves. C'est le pire scénario dont ne veulent pas les salariés, mais la Présidence de France Télévisions ne souhaite pas que les choses trainent encore des mois. La décision sera prise d'ici la fin du mois de juin.

Côté dispositif provisoire, il est devenu encore plus provisoire avec le 2^{e} incendie. Désormais, le CCR de Rouen sert de secours au car de Toulouse. La direction annonce que l'électricité doit être rétablie dans le car les jours prochains, mais que son exploitation ne reprendra que le 29 mai. Une nouvelle console son sera livrée ce 10 mai, un nouveau réseau d'ordre sera installé les 17 et 18 mai prochains. Un groupe de 4 OPS a été constitué pour accompagner les exploitants.

Le DSNG est de nouveau opérationnel.

✓ PARTICIPEZ, MAIS PAS TROP…

Depuis le rapport Vacquin et le constat de l'immense crise de confiance au sein de l'entreprise, France Télévisions donne dans le participatif, officiellement pour rendre la parole aux salariés et les associer à leur destin. La démarche des ateliers de travail a été mise en œuvre à la chaîne info ou encore à Bordeaux et Grenoble sous l'égide de l'ANACT un organisme sous tutelle du ministère du Travail.

En Bretagne, le nouveau directeur a souhaité lancer 4 groupes de travail sur les sujets majeurs qui traversent les régions de France 3 : le numérique, la proximité, les partenariats à l'extérieur, les process de travail. Jusque-là, on ne peut que saluer la volonté affichée de demander leur avis aux salariés, sauf qu'on est bien loin des préconisations de l'ANACT sur la nécessaire « suspension du jugement » et sur la liberté de parole. Les groupes se réunissent sur l'heure de midi. Avec un sandwich dans la bouche, on ne peut pas dire que le moment soit sanctuarisé. Par ailleurs, en théorie, le groupe est co-animé par un encadrant et par un salarié de base. Sauf que là, les rapporteurs salariés n'ont pas été élus par le groupe, bon nombre d'entre eux ont été désignés par la direction. Ah, ces bons relents de paternalisme indécrottable !... Les salariés étaient déjà méfiants, là ils vont carrément devenir hostiles.

Jean-Michel Le Guennec reconnaît que « la confiance aujourd'hui n'existe pas, en effet ». Alors, si par-dessus le marché, les groupes servent à entériner les projets dont rêve la direction (suppression de l'édition locale, polyvalences généralisées) le dialogue risque d'être vraiment difficile pour la suite.

La direction nous répond qu'on n'est pas en cogestion, nous lui suggérons cependant de bien réfléchir à la manière dont elle va tenir compte de la voix du collectif, puisqu'elle est allée la solliciter. Sinon, il ne faudra pas venir pleurer.

Les locales sont aussi au centre des réflexions dans les Pays de la Loire, où le directeur régional et le délégué antenne et programmes animent chacun un groupe, au Mans et à Nantes. Les deux groupes doivent se retrouver ensemble à la mi-mai pour mettre en commun les propositions et envies d'offres éditoriales. Michel Barthen, le directeur, dit ne pas avoir d'idées préconçues sur la question. A suivre…

En Normandie et en Ile de France, le groupe de travail n'est pas encore à la mode. Le patron de Normandie, Stéphane Gaillard, laisse entendre qu'on s'intéressera à la question en septembre. Pour l'instant, avec les 500 ans du Havre, il a trop besoin de la locale…

Quant au Centre-Val de Loire, un bilan doit être fait devant la commission de l'info et des programmes, le 17 mai prochain, près d'un an après la suppression des éditions locales de Tours et de Bourges.

✓ ELECTIONS LEGISLATIVES

Deux débats d'une heure auront lieu, dans toutes les régions, avant chacun des 2 tours des législatives, les 7 et 14 juin à 18h05. De même pendant la période, Dimanche en politique est le plus souvent en direct.

➡ Centre-Val de Loire

Dès le 9 mai, il y aura une page quotidienne dans les journaux, midi et soir.

Sur le numérique, dans le mois précédent le 1er tour, il y aura 6 débats, un par département. L'idée est de donner la parole aux « principaux partis et principaux courants, en respectant l'équité ». Difficile de dire aujourd'hui qui sont les principaux partis et les principaux courants…

Pour la soirée électorale, il y aura un plateau central (le grand studio d'Orléans) et 6 points de direct dans les préfectures. Le dispositif reste à affiner. Sur le numérique, live tweets, directs facebook. Appel à des étudiants en journalisme de l'IUT de Tours pour étoffer l'équipe du numérique.

➡ Normandie

Les deux débats seront enregistrés à Rouen, dans les conditions du direct, en début d'après-midi le jour de leur diffusion.

Lors des soirées électorales, il y aura deux soirées distinctes Caen et Rouen sur les deux premières tranches régionales. La 3e tranche sera assurée par Caen.

Sur le numérique, France 3 Normandie souhaite faire des expériences, en utilisant le système Dazzl, développé par une start-up rennaise. Il s'agit d'un multiplexe sur internet. Il sera utilisé pour un 1er débat le 23 mai sur la 6e circonscription (Dieppe), avec 4 ou 5 points de directs et un point central.
Côté process, c'est le numérique light dans toute sa splendeur : des directs cadrés à l'iPhone par des journalistes, une commute faite sur un Mac par le délégué au numérique de Normandie.

Des journalistes de FTR (France 3 Toutes régions, ex-France 3 Sat) seront là en renfort.

Un second débat, le 1er juin, utilisera un système de live plus classique, puisque tous les intervenants seront au même endroit. La direction hésite entre la circonscription de Stéphane Travert, socialiste parti ventre à terre chez Macron, ou celle de la socialiste sortante Laurence Dumont, contestée sur ses terres par l'ex-juge Halphen.

➡ Paris-Ile de France

Les deux débats seront en direct. Le 1er avec des personnalités politiques majeures,

mais pas candidates aux législatives, le second autour d'une circonscription où il y a des enjeux forts.

A partir du 14 mai, des débats seront organisés dans le cadre de *Dimanche en politique*, 4 dimanches de suite. Il y aura une circonscription par débat. La direction annonce par ailleurs un focus sur chacune des circonscriptions dans le cadre du JT.

La soirée électorale aura lieu sur l'unique plateau encore en état de fonctionnement à Vanves. 8 personnes seront présentes sur le plateau, entre la présentatrice, l'analyste politique, la personne chargée du web et les invités. Il y aura un duplex par département et plusieurs sur Paris. Moyens de direct : 6 Aviwest, un DSNG et des points mutualisés avec le national. Vanves diffusera sur toutes les tranches régionales, y compris celle de 23h30/minuit.

➡ Pays de la Loire

Les deux débats seront organisés avec Ouest-France et France Bleu. Un journaliste de chacun de ces médias participera à l'émission. La direction entend y inviter des personnalités politiques « intéressantes et de haut niveau », représentant plusieurs circonscriptions et pas candidates.

Un journal quotidien des législatives pendant les 3 semaines précédant le 1er tour : séries thématiques, séquences archives, focus sur une dizaine de circonscriptions.

En Pays de la Loire, la direction a renoncé à faire des débats sur le web, « parce qu'on n'a pas trouvé la bonne solution », une manière de se démarquer des expérimentateurs normands… M. Barthen laisse entendre que, pour lui, les débats web doivent se faire en plateau JT, avec les moyens du JT.

La soirée électorale aura lieu dans le studio de Nantes, après réaménagement début juin. Il y aura 7 points de directs : les 5 préfectures, ainsi que Sablé du Sarthe, la commune de l'homme aux costumes et Château du Loir, un endroit du Sud de la Sarthe où le FN fait des cartons… Etudiants à la pige pour récolter les résultats dans les préfectures.

➡ Bretagne

Il est prévu un journal de campagne quotidien dans le 19/20, deux semaines avant le 1er tour : le portrait des circonscriptions clés et les thématiques qui y sont liées. 8 circonscriptions retenues (2 par département), avec un article web systématique pour chacune des problématiques.

Les 4 *Dimanche en politique*, en direct, porteront sur ces 8 circonscriptions, autour de 4 thématiques : mon député et l'Europe, mon député et l'emploi, mon député et le territoire, mon député et les institutions.

Pour les débats, la direction souhaite les faire en direct, si les candidats sont

disponibles. On sera partenaires de France Bleu pour le second débat.

L'organisation de débats sur le web reste en suspens.

La soirée électorale mobilisera un plateau central à Rennes et un plateau secondaire à Rostrenen (dans le Centre-Bretagne) avec le car de la Filière. Il s'agit, nous dit-on, de mettre en exergue la fracture territoriale. Directs en 4G, par VRC et avec le DSNG.

Au lendemain des élections, la tranche du 12/13 et du 19/20 sera entièrement consacrée aux élections, ainsi que la tranche de 12h55 qui fera l'objet d'une émission spéciale régionale.

✓ SUR LES ANTENNES EN MAI

Le 6 mai, opération de réseau « Une nuit à l'opéra ». Chaque région diffuse une captation qu'elle a en stock pour les insomniaques, entre 0h30 et 3h20 du matin.

De son côté, la **Normandie** remet le couvert dans la nuit du 20 au 21 mai, pour diffuser 3 concerts enregistrés lors des précédentes éditions du festival *Jazz sous les pommiers*.

La semaine du 22 mai, opérations spéciales autour des 500 ans du Havre. Pages spéciales du jeudi au samedi soir et diffusion de plusieurs documentaires dans la nuit du 27 au 28 mai. On espère décidément que le Normand n'est pas un gros dormeur…

En **Bretagne**, la plupart des opérations spéciales tournant autour de la voile ou du cyclisme, cette fois-ci c'est la Semaine du Golfe, manifestation nautique dans le Morbihan, qui nous vaut des pages spéciales la semaine du 22 mai et même une PAE le dimanche soir. Pour les besoins de cet événement planétaire, la locale Iroise se trouve une nouvelle fois zappée pendant 4 jours, le 5^{e} jour étant férié donc déjà sans locale…

Interpellée, la direction répond que, ô jamais de la vie, il ne s'agit d'occulter le travail des équipes de Brest, mais au contraire de leur donner la chance de voir leurs sujets diffusés sur toute la Bretagne. Et l'information de proximité dans tout ça ? Euh… ben la Semaine du Golfe ce serait de la proximité, d'ailleurs c'est un événement très populaire, répond le directeur.

Dans les **Pays de la Loire**, Angers se retrouve en finale de la Coupe de France pour la 1ère fois depuis 1956. Contre le PSG. Du coup, opération spéciale le 27 mai et occultation de la tranche de Zorro.

En **Ile de France**, l'opération spéciale sur le Jumping de Versailles se fera avec le CCR de Nantes, car celui de Rouen sert déjà de secours au car de Toulouse qui lui-même sert de secours à la régie dévastée par l'incendie. Quant à feu le CCR de Vanves, il sert

de nichoir pour les poules.

En **Centre-Val de Loire**, le 14 mai, c'est la fête à la Pucelle d'Orléans, donc opération spéciale. Et par ailleurs se tournent ce mois-ci deux pilotes pour l'émission de « découverte » amenée à remplacer *Vues sur Loire*.

Le 22 mai, autre opération de réseau sur la journée autour du Travail. Invités dans les Matinales, sujets « le 1er jour de mon nouveau job » dans les JT et le soir un documentaire sobrement intitulé « Travailler encore » et produit Maximal productions, l'ex-boite du très droitier Jérôme Bellay. Sur le web, 12 modules autour de spécialistes de l'évolution du monde du travail.

✓ AUDIENCES

Xavier Le Fur (direction adjoint des études de France Télévisions) est venu présenter les audiences télé et Sophie Petit (chef de produit « régions » à la direction du numérique), celles du web. ➡ **Voir les audiences télé et les audiences numériques.**

Sur le numérique, les progressions sont très importantes, en particulier depuis la mise en ligne des nouveaux sites régionaux, le 1er février. Ils sont « responsive », c'est à dire qu'ils s'adaptent automatiquement à la taille de l'écran (ordi, smartphone, tablette). La fréquentation du site mobile a augmenté de 25% en 3 mois, alors que la consommation sur les ordinateurs classiques a baissé de 8%.

L'appli « régions » est en revanche en voie d'obsolescence, mais il semble qu'elle ne sera pas rénovée. La direction du numérique estime qu'il faudrait entièrement la reconstruire et que c'est beaucoup de travail pour quelque chose qui n'est pas une priorité stratégique. Selon Mme Petit, de moins en moins de gens vont sur les applis.

Les élus ont dénoncé le fait que les régions ne soient plus accessibles sur l'appli Franceinfo. Mme Petit nous a répondu que ce n'était pas la volonté de la direction du numérique, mais un compromis avec Radio France qui ne voulait pas qu'on affiche sur l'appli commune France Télévisions / Radio-France, les régions de France 3 au détriment de France Bleu…

En mars, les sites du Nord-Ouest ont connu 4,4 millions de visites et 4,1 M en avril, des hausses de 40 à 47% en un an.

Par ailleurs, en mars, il y a eu 93,2 M de vidéos régionales vues, entre les sites régionaux, Pluzz, Facebook et YouTube, dont 88 M pour le seul Facebook. Pour le Nord-Ouest, ce sont 17,6 M de vidéos vues sur Facebook et 700 000 sur YouTube.

✓ A VENIR

➡ **Prochain CE :** 30 mai.

➡ **Vos élus CGT se tiennent à votre disposition**

CE FRANCE 3
NORD OUEST

Réunion commune extraordinaire
CE France 3 Nord-Ouest / CHSCT de Bretagne du 26 avril 2017

Motion des élus sur le projet de feuilleton

Les élus du CE France 3 Nord-Ouest ont pris connaissance du document relatif au « schéma de développement des activités des moyens internes de fabrication de France Télévisions » présenté par la direction.

Sur le principe, ils saluent l'inflexion de stratégie, qui vise à saturer la part de production dépendante de France Télévisions, avec les ressources financières qui en découlent.

Ils rappellent qu'il est nécessaire que l'entreprise puisse contrôler toute la chaine de valeur sur ce qu'elle produit. Tout projet de développement dans ce sens doit être salué.

Mais la réalité du déploiement présenté nous paraît autre. Car si la direction présente le feuilleton comme un développement, elle entend en réalité le financer par des redéploiements, au détriment des autres sites, avec à la clé une baisse immédiate du plan de charge, qui passe de 32 fictions fabriquées en interne à seulement 20.

1/ Quelles vont être les conséquences sur l'emploi ? Quel avenir pour les sites fiction impactés ?

La direction ne présente pas de scénarios. Si les sites perdent un nombre conséquent de salariés partis à Montpellier, chacun continuera-t-il à fabriquer de la fiction ? Si non, quelle sera son activité ? La direction envisage-t-elle des spécialisations de sites ?

2/ Quel avenir pour les sites comme Rennes qui ne font pas de fiction, si leurs salariés sont retenus pour Montpellier ou pour St-Cloud ? La direction ne répond pas avec certitude sur le remplacement des postes.

3/ Quelles seront les conditions d'accompagnement des postulants (formation, mobilité) ? Le document est très flou sur les aides à la mobilité des collectivités locales.

4/ En cas d'absence de candidats opérationnels en nombre suffisant, quel est le plan B ?

5/ Les élus déplorent le parisianisme des producteurs et des scénaristes qui obligerait à localiser la post-production du feuilleton en banlieue parisienne. Aujourd'hui, les moyens vidéo modernes permettent d'assister à distance au montage, si d'aventure on ne souhaite pas se hasarder en province.

6/ La création du site de Montpellier s'accompagne d'une centralisation d'un certain nombre d'activités actuellement exercées en proximité des tournages de fictions : accessoires et costumes, fabrication des décors.
- La direction n'a pas démontré par un plan de charge prévisionnel la possibilité de répondre aux différentes demandes du groupe par la centralisation de ces activités.
- Quelles seront concrètement les modalités de recours à ces outils pour les autres sites ?

7/ Quel rapport entre la production du feuilleton et l'installation du car de la vidéo-mobile de Marseille à Montpellier ?

Au global, le document présenté est très lacunaire. Il ne présente aucune donnée économique : plan d'affaires, économies escomptées sur les loyers, sur les mutualisations, montants et natures des investissements, coût de l'accompagnement, projections sur l'emploi.

Le projet apparaît en fait comme une réorganisation des moyens internes de fabrication de France Télévisions, d'autant qu'il comprend une phase 2 et une phase 3 peu explicitées, mais qui pourraient avoir des conséquences importantes sur un site comme Rennes.

On ne peut s'empêcher de repenser aux préconisations de la Cour des comptes : *« Au vu de leur nombre, la carte des implantations de la « filière de production » doit être enfin revue (…) On pourrait par exemple prévoir une réduction significative du nombre de sites, fondée sur un principe de spécialisation. Ainsi, la vidéo-mobile pourrait se concentrer en région parisienne (…) Les moyens de tournage des fictions pourraient être regroupés à Marseille… »*.

S'agit-il de la feuille de route de la direction ?

En tout cas, les élus refusent une telle perspective. Ils défendent le principe des implantations régionales de la Filière, qui participent de l'aménagement du territoire et de l'activité audiovisuelle en région.

Adopté à l'unanimité des élus présents (CE + CHSCT).
Les organisations syndicales présentes (CGT, CFDT et FO) s'associent.

Rennes, le 26 avril 2017

CE FRANCE 3
NORD OUEST

Avis sur le bilan 2016 de la formation du pôle Nord-Ouest

Les élus saluent l'effort d'ingénierie financière qui a permis de mobiliser des fonds pour la formation en 2016 et de dépenser plus que ce qui était budgété.

Ils notent avec satisfaction que la direction reconnaît enfin que la formation en e-learning doit faire l'objet d'une planification sur le temps de travail. Ils veilleront à ce que ce principe soit respecté dans les faits. Ils s'étonnent cependant que la note de service annoncée par la direction générale depuis de nombreux mois ne soit toujours pas transmise en région, si l'on en croit la responsable formation du Nord-Ouest.

En revanche, les élus déplorent une nouvelle fois la très faible proportion des formations cœur de métier, en particulier pour les PTA.

Une fois de plus, les élus déplorent le traitement qui est fait des entretiens individuels par la filière RH :
- Le service formation reconnaît ne pas lire l'intégralité des entretiens et ne se réfère qu'aux actions de formation indiquées par les managers.
- Les salariés ne reçoivent aucun retour sur leurs demandes de formation.

Pas étonnant dans ces conditions que les élus n'aient aucune visibilité sur l'adéquation entre les demandes des salariés et les formations proposées.

Du fait du pouvoir accru des managers et de la fonction RH, les formations sont l'objet d'une grande inégalité territoriale.

Quant au Compte personnel de formation (CPF) instauré par la loi de 2014, sa mise en œuvre est excessivement compliquée, et les critères mis en place par l'entreprise sont si restrictifs que dans les faits, aucune formation ne peut avoir lieu sur le temps de travail.

Le grand virage numérique de l'entreprise n'est pas encore pour demain. Les PTA notamment, peuvent au mieux se contenter d'ateliers de sensibilisation et de vulgarisation sur le monde digital ; on est loin d'une implication de l'ensemble des salariés dans la production numérique.

En conséquence, les élus donnent un avis négatif au bilan de la formation du pôle Nord-Ouest pour 2016.

Adopté à l'unanimité.
CFDT, CGT, FO, SNJ et SUD s'associent.

Rennes, le 3 mai 2017

CE FRANCE 3
NORD OUEST

Commission de la formation professionnelle et de l'emploi

Bilan de la formation dans le pôle Nord-Ouest en 2016

La commission emploi-formation s'est réunie à Vanves le 13/04/2017 en présence de :

pour la direction : Fabienne Liquet , responsable formation développement RH France 3 Nord-Ouest et Laetitia Naciri, du service réseau RH.

pour la commission : Jean-Noël Espié, Guillaume Le Gouic, Marc Moiroud, Nathanaël Lemaire et Agnés Voiret.

Le document présentant le bilan de la formation 2016 du PNO nous a été fourni le 29/03/2017.

Pour 2016, le volume de formation effectué d'un montant de 321 503 euros est d'autant plus exceptionnel qu'il a été réalisé avec une enveloppe budgétaire en baisse au niveau de l'ex-pôle Nord-Ouest.

Le budget sur fonds propres du PNO consacré à la formation est passé de 213 112 euros en 2015 à 191 887 euros en 2016.

Malgré cela, le plan réalisé fait apparaître un nombre de 845 stagiaires pour 8 641 heures/stagiaire, et une augmentation de 45 % du budget réalisé.

Trois événements ponctuels expliquent l'essentiel de ce taux de réalisation de 145 %.

Il y a d'abord les formations DOIR (dynamiser l'Offre d'Information Régionale) décidées en urgence en 2016 à destination d'un public de journalistes (PNO 54). Ce sont ces formations qui expliquent la croissance de l'axe « programmes et Information ».
Comme annoncé, au final ces formations ont été financées à 50 % par le la direction de France 3, soit un abondement budgétaire supplémentaire de 46 000 euros. Si ces formations ont bien été gérées sur site par l'UFTV, elles ont aussi désorganisé le plan de formation de l'UFTV qui a dû dans l'urgence revoir et réorienter son calendrier de formations 2016.
Ces formations DOIR se poursuivront en 2017 à raison de 3 sessions sur les régions de l'ex-pole NO dans l'année. Elles seront prises en charge par le budget central. La commission a demandé que cette formation spécifique fasse l'objet d'une évaluation à long terme, compte tenu de ses enjeux pour les régions et les sommes affectées.

L'arrivée d'I-média dans 3 régions du PNO s'est traduite par un plan de formation de 10 076 heures d'accompagnement et d'adaptation à l'outil. Les formations I-média à destination essentiellement des techniciens ont été prises en charge par le budget central et pour une petite partie par des fonds

mutualisés AFDAS, ce qui permet de parvenir à un axe « technologie et innovation » de bon niveau. A noter que 727 heures de formation de cet axe ont été dispensées par des FOR.

Enfin, des modifications dans les règles d'attribution des fonds mutualisés ont permis une ingénierie financière en faveur des formations certifiantes du type période de professionnalisation.
On y trouve 197 stagiaires pour habilitation électrique et incendie, et 130 stagiaires pour SST.
S'ajoutent des parcours de formation (dont 2 formations longues) financés par l'AFDAS.
C'est l'accès à ces financements extérieurs qui explique l'importance de l'axe « prévention des risques, santé, qualité de vie au travail » dans l'exercice 2016. Les financements « période de professionnalisation » ont fonctionné aussi pour des formations bureautiques (15 stagiaires)
Entre changement des règles et budget à enveloppe fermée, l'obtention des fonds mutualisés par l'AFDAS reste fortement imprévisible et rien ne garantit qu'en 2017 le recours à ce type de financement atteindra le même niveau qu'en 2016.

En plus des formations DOIR, 11 journalistes ont bénéficié de formation à la présentation, le MOJO a concerné 16 journalistes et le web 24, ce qui fait 105 formations avec du contenu numérique pour cette profession.

A la suite des incidents liés à l'actualité de l'aéroport Notre-Dame-des-Landes, sur le site de Nantes, une formation a concerné 18 personnes sur le thème « gestion de l'agressivité et violence en tournage ».

En 2015, 115 salariés ont volontairement débuté une formation en e-learning, mais seulement 61 personnes sont allées jusqu'à la dernière partie du parcours.

En 2016, il n'y a toujours aucun CPF mis en œuvre sur le temps de travail au sein du PNO.

CE FRANCE 3
NORD OUEST

Avis sur le bilan social 2016 du Pôle Nord-Ouest

Les élus s'étonnent du caractère évasif, voire de l'absence de réponses de la direction à un certain nombre de questions sur le bilan social.

Sur la forme encore, certains indicateurs continuent à ne pas être renseignés ou pas fiables. La direction répond ne pas avoir la visibilité sur un document établi en central. Les outils ne permettent pas non plus toujours de répondre aux exigences de la loi.

Sur le fond, on ne peut que déplorer les mauvais résultats de plusieurs indicateurs :

- la baisse continuelle des effectifs ; - 17 ETP fin 2016
- la volonté de résorber les inégalités entre les femmes et les hommes a marqué le pas en 2016 : moitié moins de promotions pour les femmes, minorité numérique dans toutes les tranches d'âge, à l'exception de la tranche 40-44 ans.
- les inégalités salariales semblent s'accentuer si l'on en croit le différentiel entre les plus hauts et les plus bas salaires.

Les élus appellent à la vigilance de la direction, sur plusieurs indicateurs, qui peuvent être révélateurs de risques psychosociaux, notamment les absences maladie des journalistes qui continuent à augmenter, indépendamment d'éventuels phénomènes d'épidémies ou l'augmentation des affections pathologiques à caractère professionnel.

Enfin, ils s'étonnent que le nombre de salariés ayant bénéficié de récupérations continue à augmenter, alors même que 77% des journalistes du Nord-Ouest sont assujettis au forfait-jours. La direction semble découvrir la problématique.

Au vu de ces remarques, les élus donnent un avis négatif au bilan social du pôle Nord-Ouest pour l'année 2016.

Adopté à l'unanimité.
CFDT, CGT, FO, SNJ et SUD s'associent.

Rennes, le 3 mai 2017

CE FRANCE 3
NORD OUEST

Commission de la formation professionnelle et de l'emploi

Rapport sur le bilan social 2016 du pôle Nord-Ouest

La réunion a eu lieu le mercredi 19 avril à Vanves

Pour la direction étaient présents : Nathalie Dené, Guillaume Dessoliaire, Catherine Fichet et Marie Preschoux en audioconférence.

Pour la commission, ont participé : Jean-Noël Espié, Marc moiroud, Marc-André Mouchère, Guillaume Le Gouic, Agnès Voiret et Nathanaël Lemaire.

Le document qui nous a été fourni « bilan social 2016 – France 3 Nord-Ouest » est le dernier qui se décline sur le périmètre de l'ex-pole Nord-Ouest.

On y retrouve sans grande surprise les éléments qui structurent la vie de l'entreprise, à commencer par l'emploi.

Les effectifs :

Comme déjà évoqué devant cette instance, l'effectif permanent est en baisse constante en ETP sur les 3 dernières années pour atteindre 783,1 ETP à la fin de l'exercice 2016 (464,8 PTA et 318,3 journalistes). Si aujourd'hui, la réduction des ETP par le moindre recours aux non-permanents semble marquer un palier, il y a des différences entre non-permanents journalistes et PTA. Si le recours aux CDD continue de baisser pour la catégorie PTA, il n'en va pas de même pour le remplacement des journalistes. Ceci s'explique par les départs en mobilité, surtout pour la chaîne info, par quelques longues maladies et 3 inaptitudes qui concernent essentiellement la catégorie journaliste.

Au-delà de cet élément conjoncturel, on s'aperçoit que l'ensemble des politiques a du mal à se déployer rapidement dans un environnement de l'emploi restrictif.

Rapports hommes-femmes :

Concernant la féminisation, chez les PTA, l'effectif féminin est constant, tandis que celui des hommes baisse légèrement (257 H et 224 F), on retrouve là, le fruit d'une politique de promotion des femmes qui se met mieux en place chez les PTA.

Coté journalistes, des départs féminins pour la chaine info s'accompagnent d'une baisse de l'effectif féminin journaliste.
En réunion, la direction réaffirme sa volonté de féminiser l'effectif quand c'est possible sur les postes vacants à pourvoir.

Pyramide des âges :

Cette politique de féminisation s'accompagne d'un rajeunissement de la pyramide des âges, comme on peut le voir page 15 du document.

En bas de la pyramide, les femmes sont majoritaires et au nombre de 73 chez les 40-44 ans tandis que les hommes sont majoritaires au-delà de 45 ans.

Embauches :

En raison de notre passé (CDD historiques), sur 26 embauches en CDI en 2016, 25 CDD sont intégrés en CDI.

Départs :

L'ex-pôle Nord-ouest affiche en 2016, 55 départs (contre 33 en 2014 et 43 en 2015).
Ces sorties de l'effectif s'expliquent par des mobilités (33 dont 10 pour la chaîne info), 10 départs à la retraite (fin effet d'aubaine PDV, 0 départ en retraite en 2015), 4 licenciements pour inaptitude et 8 ruptures conventionnelles de contrats.

Promotions :

Le nombre de salariés promus dans l'année est en baisse, en raison de la réduction de cette enveloppe budgétaire. La direction semble favoriser plutôt la revalorisation salariale moins onéreuse.

Handicap :

Un point positif mérite d'être souligné concernant la politique du handicap. Le taux d'emploi des salariés handicapés atteint le seuil des 6 % dans notre périmètre grâce à des clauses imposées à nos prestataires extérieurs.

Absences :

L'absentéisme semble en augmentation chez les cadres supérieurs PTA. L'examen de ces données fait apparaître un grand nombre d'arrêts de courte durée nécessitant une vigilance particulière de la part de la direction.

A l'édition journaliste, l'examen détaillé des absences a permis de s'apercevoir qu'un seul arrêt très long était à l'origine de l'augmentation du taux d'absences dans cette catégorie de personnel (Taux d'absentéisme 34%).

Accidents :

Les accidents du travail sont globalement stables d'une année sur l'autre (15 accidents en 2015 et 18 en 2016). Un seul événement concernant un PTA explique l'augmentation de 50 % des jours d'arrêt pour ce motif et idem sur la catégorie encadrement journaliste où une seule personne avec un arrêt très long explique l'augmentation.

Rémunération :

En deux ans, la masse salariale de l'ex-pôle a baissé de 500 000 euros pour atteindre 44,3 M€.

Le PDV et la réduction constante du nombre d'ETP ayant été partiellement compensés par l'augmentation mécanique des salaires et le financement du forfait-jours. Dans la hiérarchie des rémunérations, on constate l'augmentation de l'écart entre les 10 salaires les plus élevés et les 10 les plus bas ; en 2014 ce taux était de 2,25, de 2,16 en 2015 et 2,31 en 2016.

POLE NORD-OUEST

Point sur l'audience des offres régionales par antenne

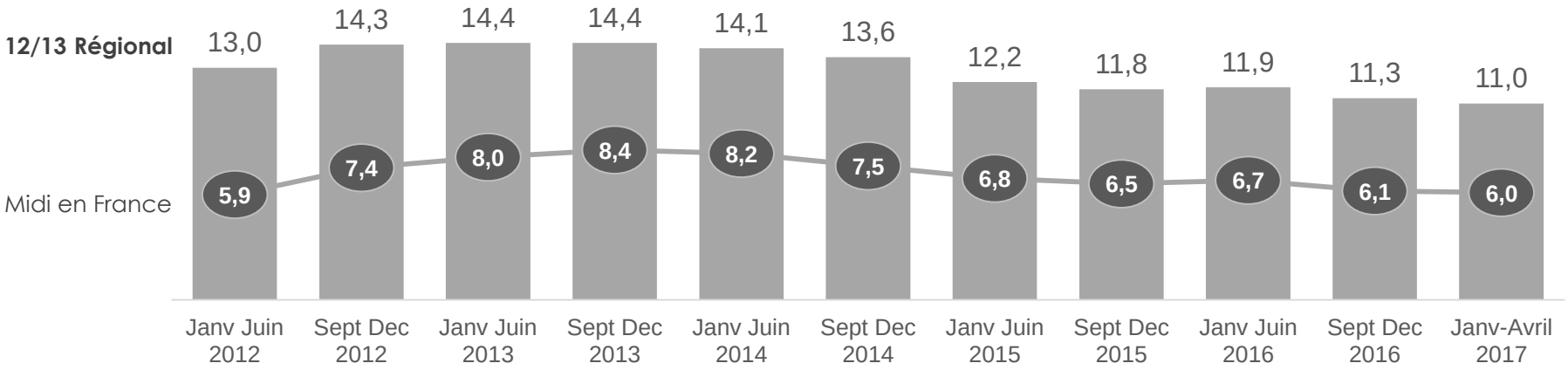
Avril 2017

LES JOURNAUX

LE 12/13

lundi-vendredi – Moyenne nationale

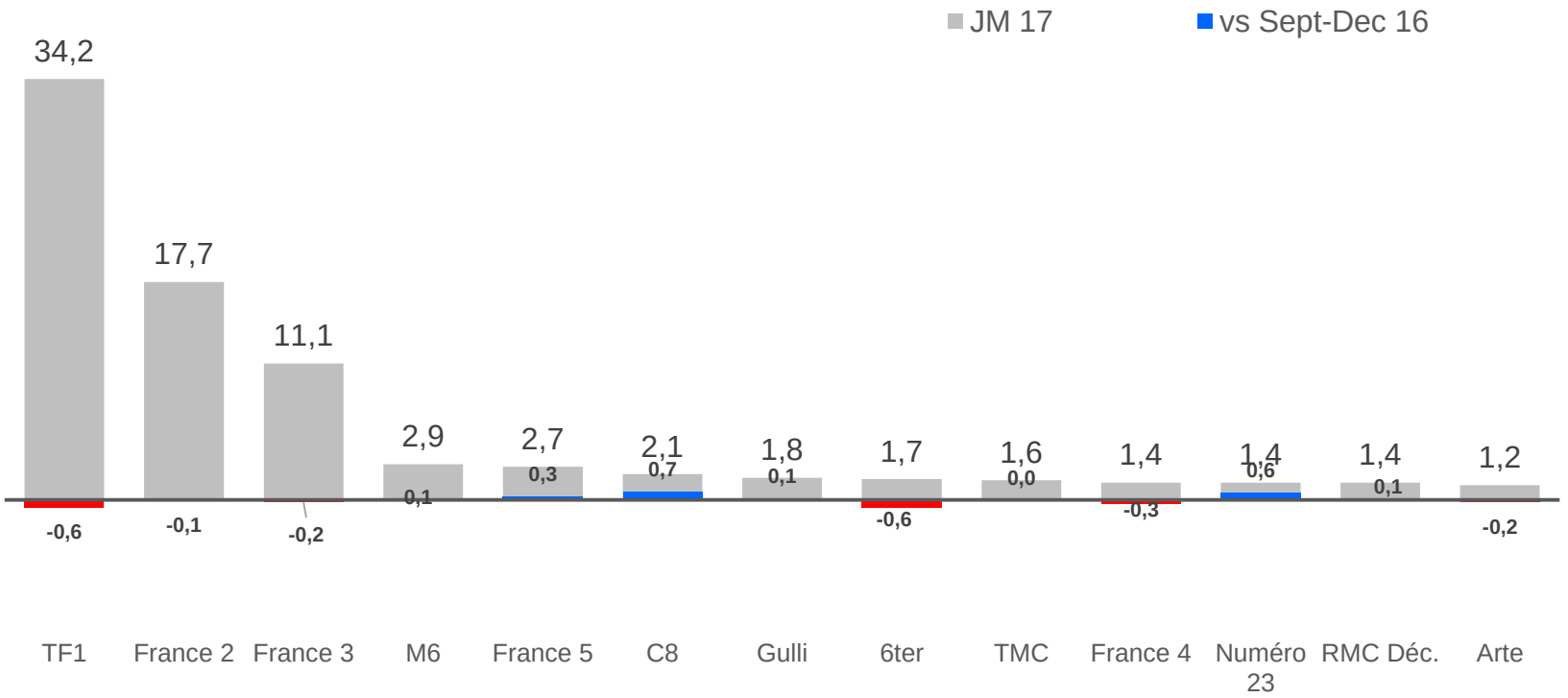
Le 12/13 et son lead in en saison - Part d'audience



LE **12/13**

lundi-vendredi – Moyenne nationale

PdA des chaînes face au 12/13 – Evolution vs. Septembre-décembre 2016

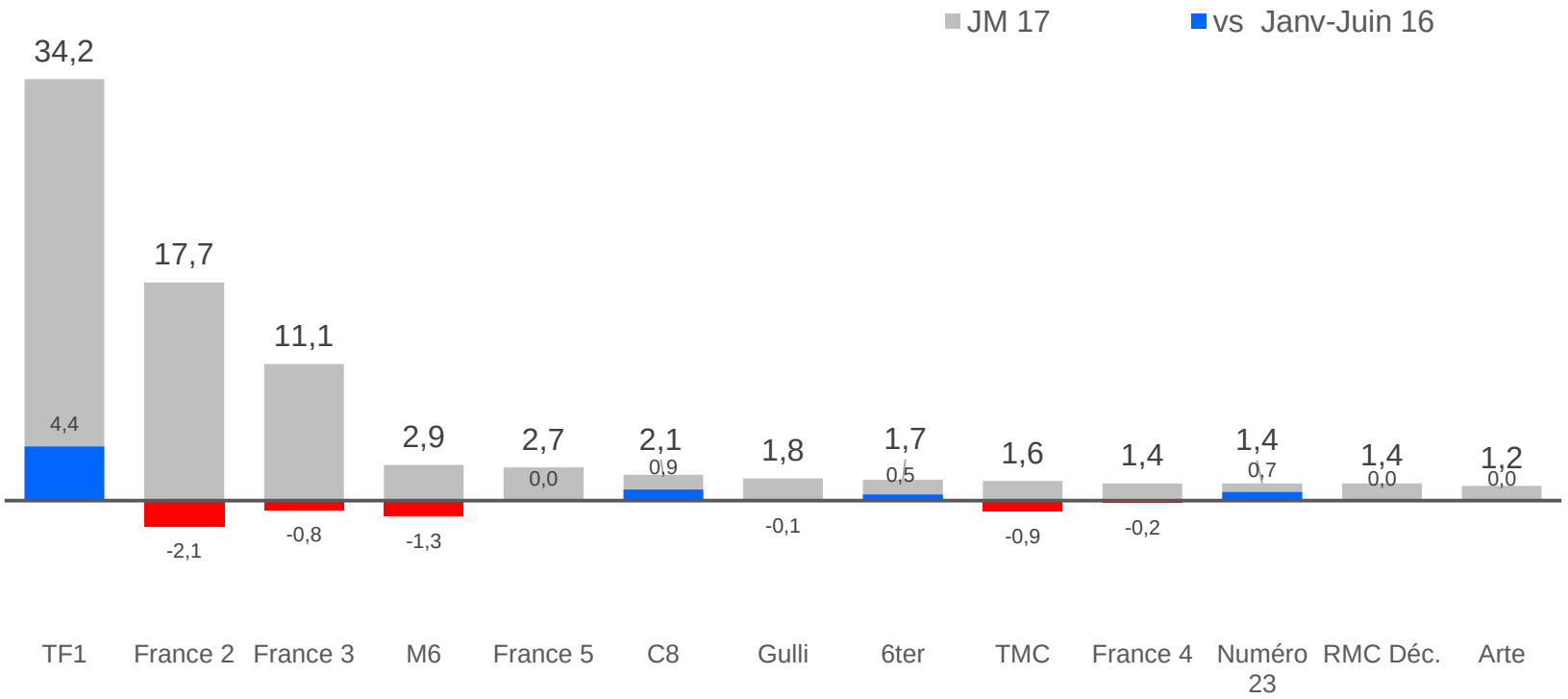


- **Chaînes de la TNT : 22,2% (+1,2pt vs septembre-décembre 2016)**
- **Chaînes payantes : 7,9% (-0,3pt vs septembre-décembre 2016)**
- **Le bloc des chaînes d'info (+L'Equipe) : 5,2% (+0,7pt vs septembre-décembre 2016)**

LE 12/13

lundi-vendredi – Moyenne nationale

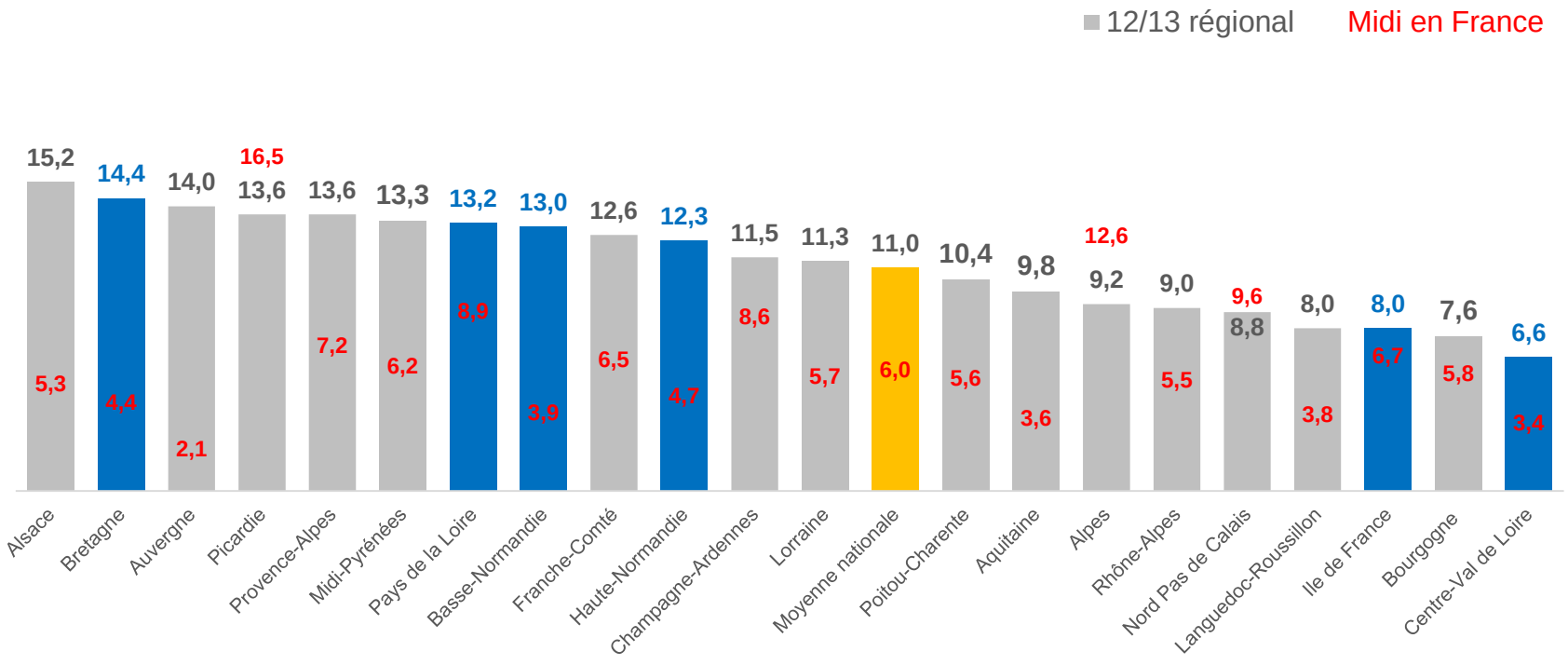
PdA des chaînes face au 12/13 – Evolution vs. Janvier-juin 2016



- **Chaînes de la TNT : 22,2% (+0,7pt vs janvier-juin 2016)**
- **Chaînes payantes : 7,9% (-0,8pt vs janvier-juin 2016)**
- **Le bloc des chaînes d'info (+L'Equipe) : 5,2% (+0,3pt vs janvier-juin 2016)**

LE 12/13
lundi-vendredi (janvier-avril 2017)

Part d'audience comparée des JTR et de leur lead in



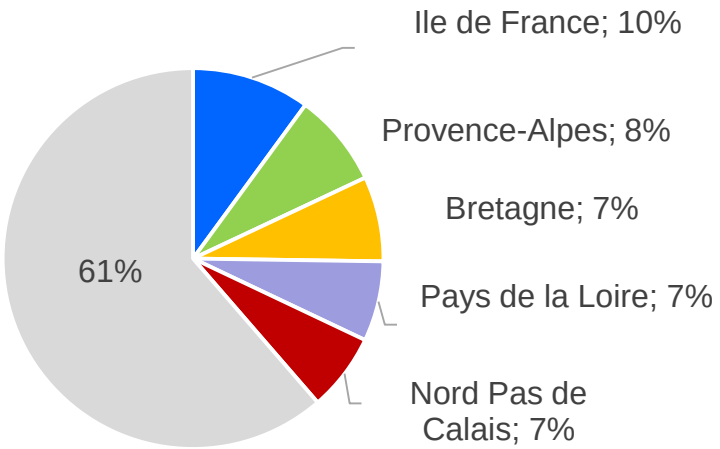
LE 12/13

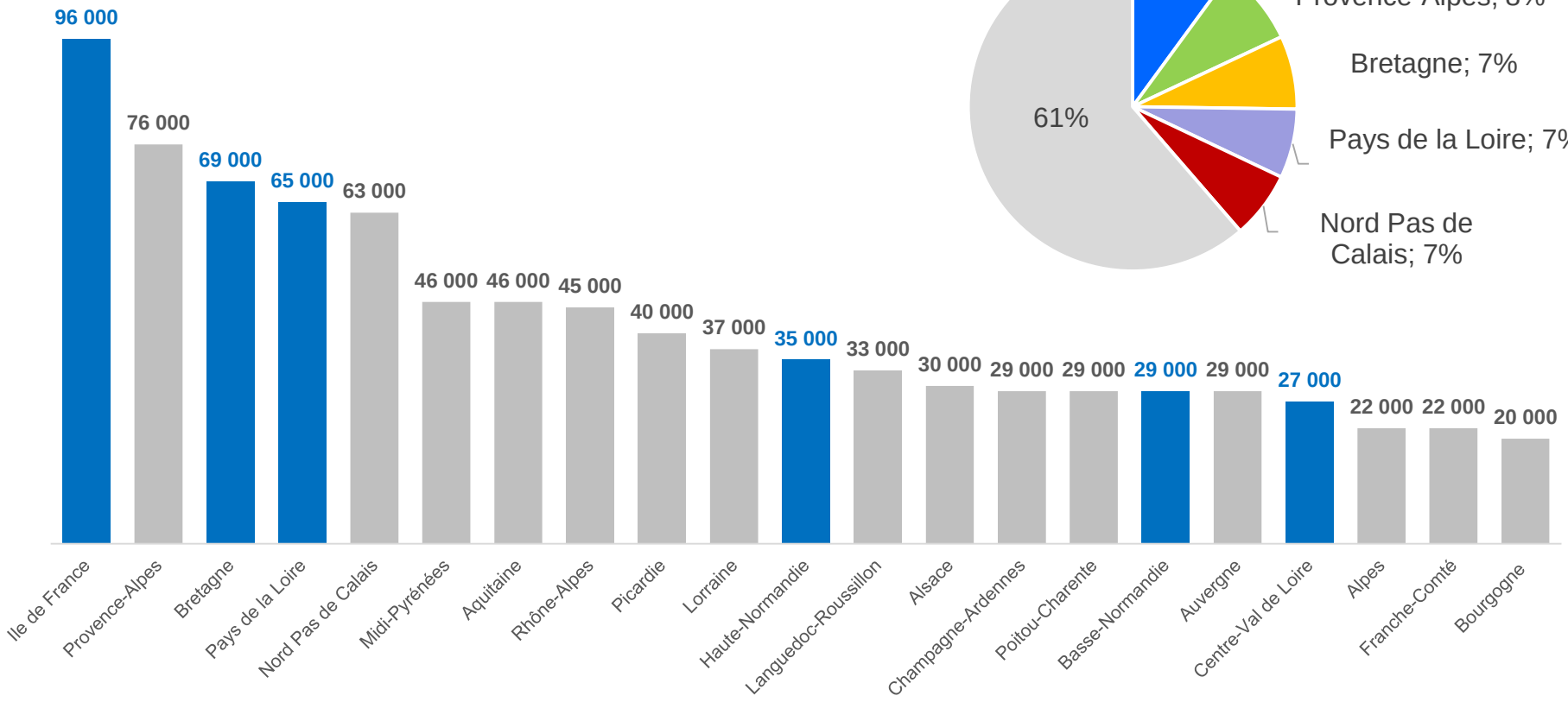
lundi-vendredi (janvier-avril 2017)

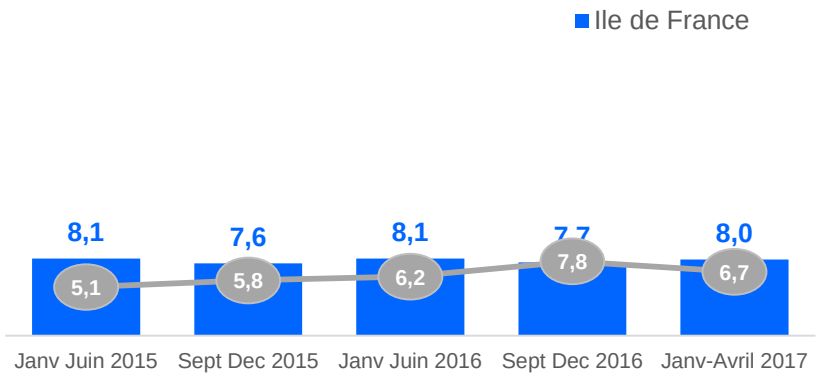
En nombre de téléspectateurs

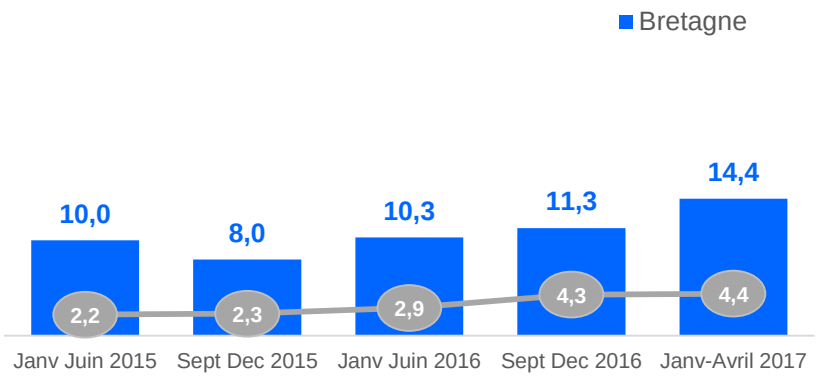
955 000 téléspectateurs en moyenne nationale

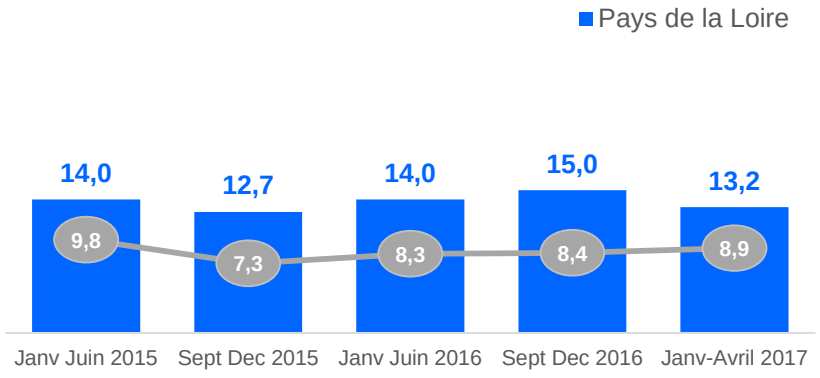
Contribution à l'audience France entière

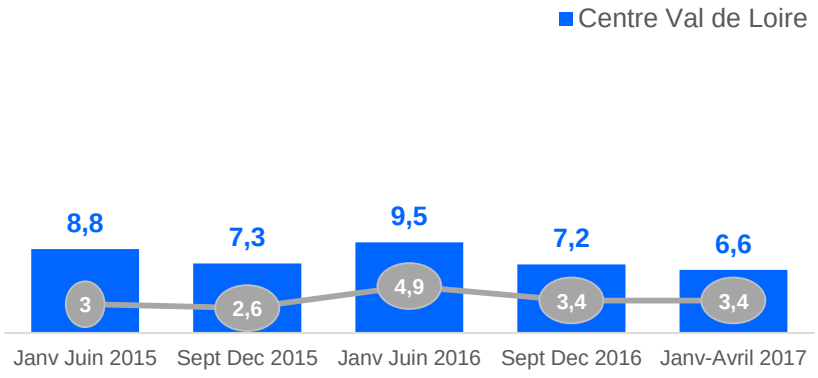


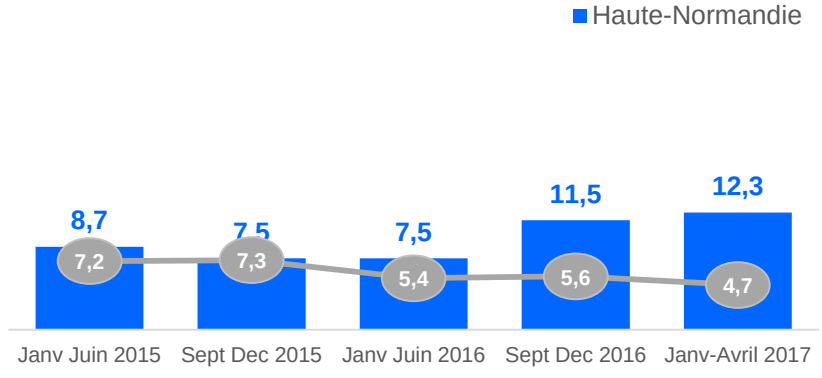


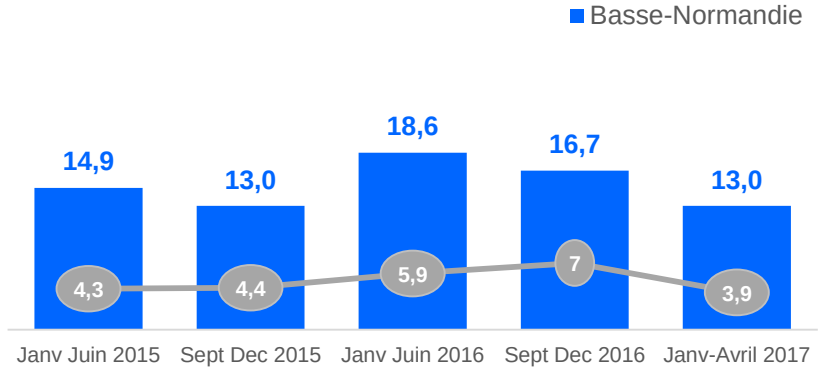

Ile de France
8,1
7,6
8,1
7,7
8,0
5,1
5,8
6,2
7,8
6,7
Janv Juin 2015
Sept Dec 2015
Janv Juin 2016
Sept Dec 2016
Janv-Avril 2017


Bretagne
10,0
8,0
10,3
11,3
14,4
2,2
2,3
2,9
4,3
4,4
Janv Juin 2015
Sept Dec 2015
Janv Juin 2016
Sept Dec 2016
Janv-Avril 2017


Pays de la Loire
14,0
12,7
14,0
15,0
13,2
9,8
7,3
8,3
8,4
8,9
Janv Juin 2015
Sept Dec 2015
Janv Juin 2016
Sept Dec 2016
Janv-Avril 2017


Centre Val de Loire
8,8
7,3
9,5
7,2
6,6
3
2,6
4,9
3,4
3,4
Janv Juin 2015
Sept Dec 2015
Janv Juin 2016
Sept Dec 2016
Janv-Avril 2017

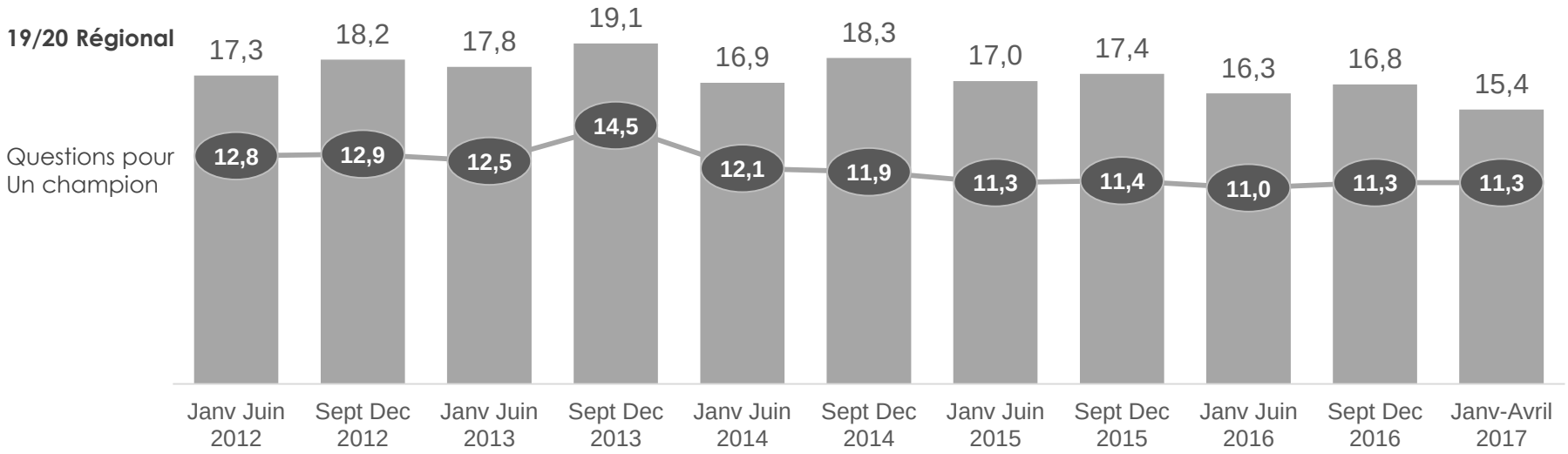

Haute-Normandie
8,7
7,5
7,5
11,5
12,3
7,2
7,3
5,4
5,6
4,7
Janv Juin 2015
Sept Dec 2015
Janv Juin 2016
Sept Dec 2016
Janv-Avril 2017


Basse-Normandie
14,9
13,0
18,6
16,7
13,0
4,3
4,4
5,9
7
3,9
Janv Juin 2015
Sept Dec 2015
Janv Juin 2016
Sept Dec 2016
Janv-Avril 2017

LE **19/20**

lundi-vendredi – Moyenne nationale

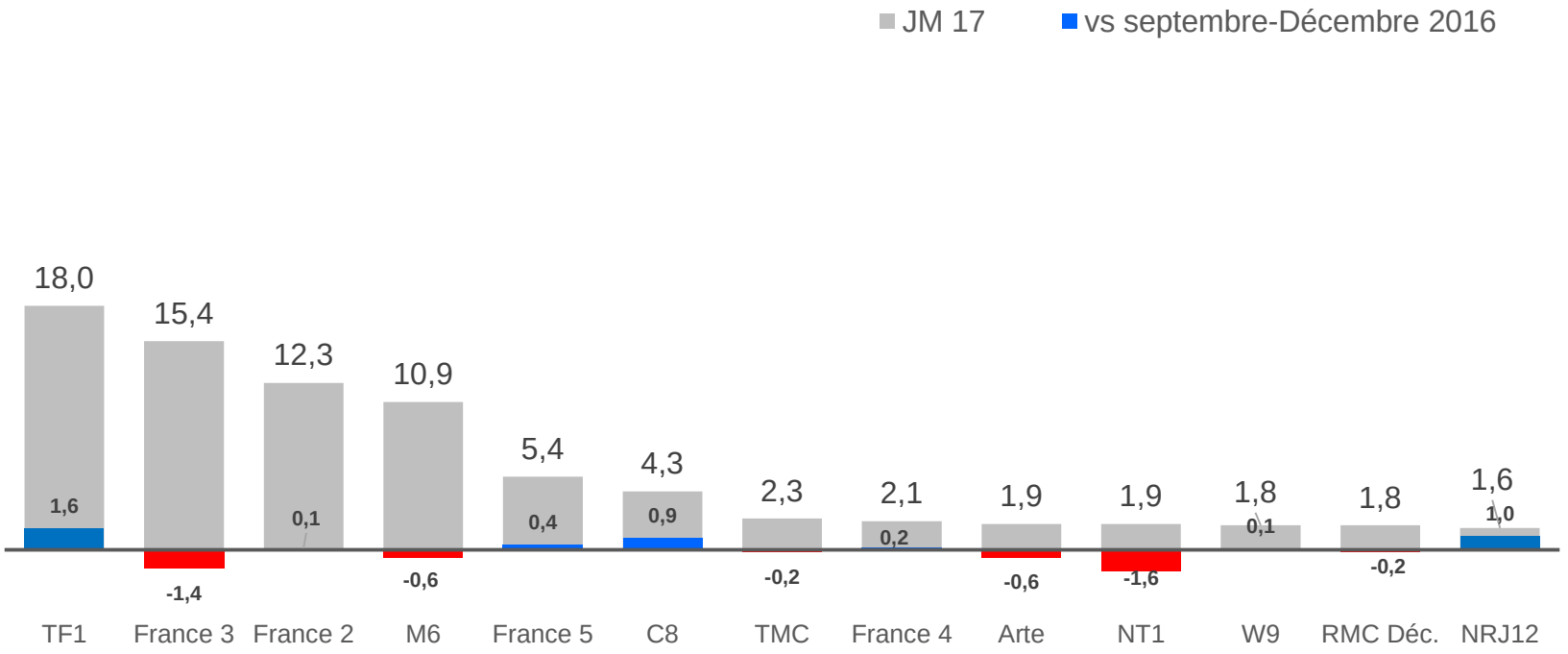
Le 19/20 et son lead in en saison - Part d'audience



LE **19/20**

lundi-vendredi – Moyenne nationale

PdA des chaînes face au 19/20 – Evolution vs. Septembre-décembre 2016

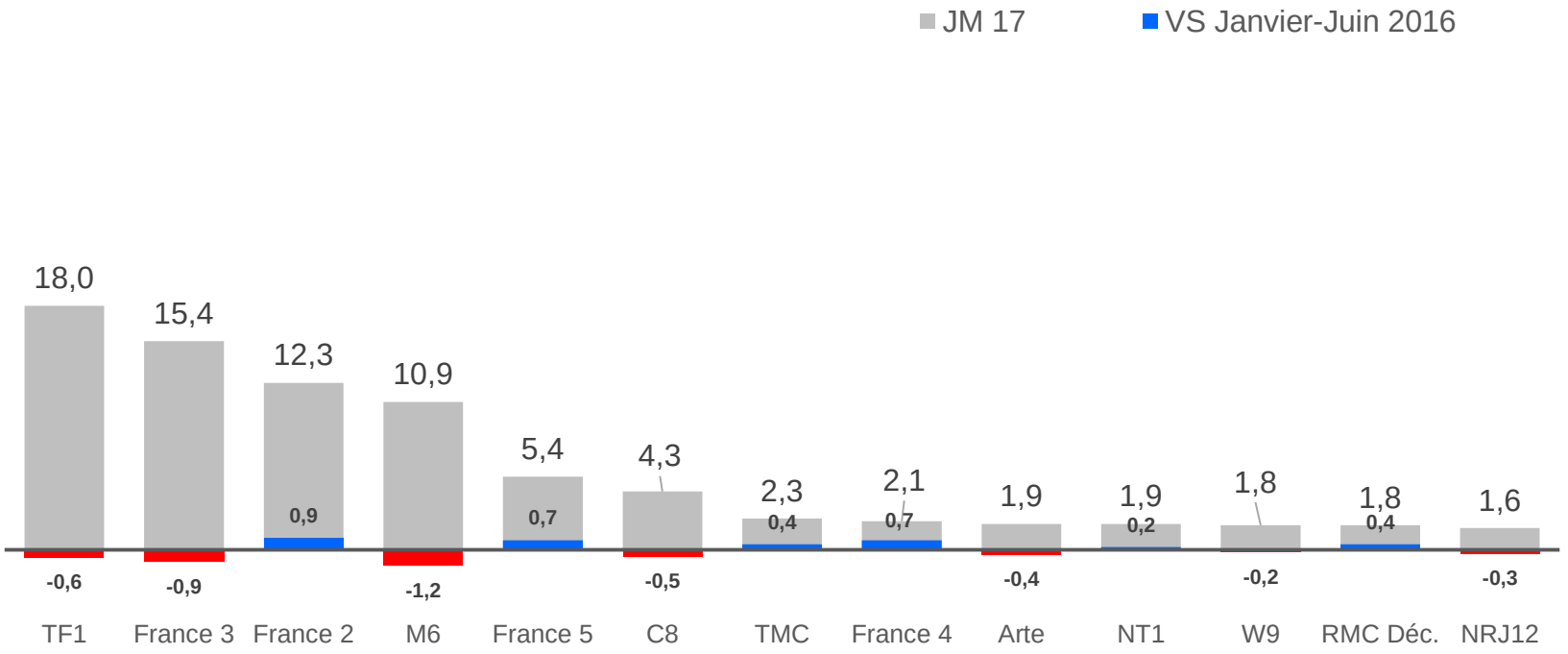


- **Chaînes de la TNT : 27,3% (+0,2pt vs septembre-décembre 2016)**
- **Chaînes payantes : 8,4% (+0,4pt vs septembre-décembre 2016)**
- **Le bloc des chaînes d'info (+L'Equipe) : 5% (+0,8pt vs septembre-décembre 2016)**

LE **19/20**

lundi-vendredi – Moyenne nationale

PdA des chaînes face au 19/20 – Evolution vs. Janvier-juin 2016

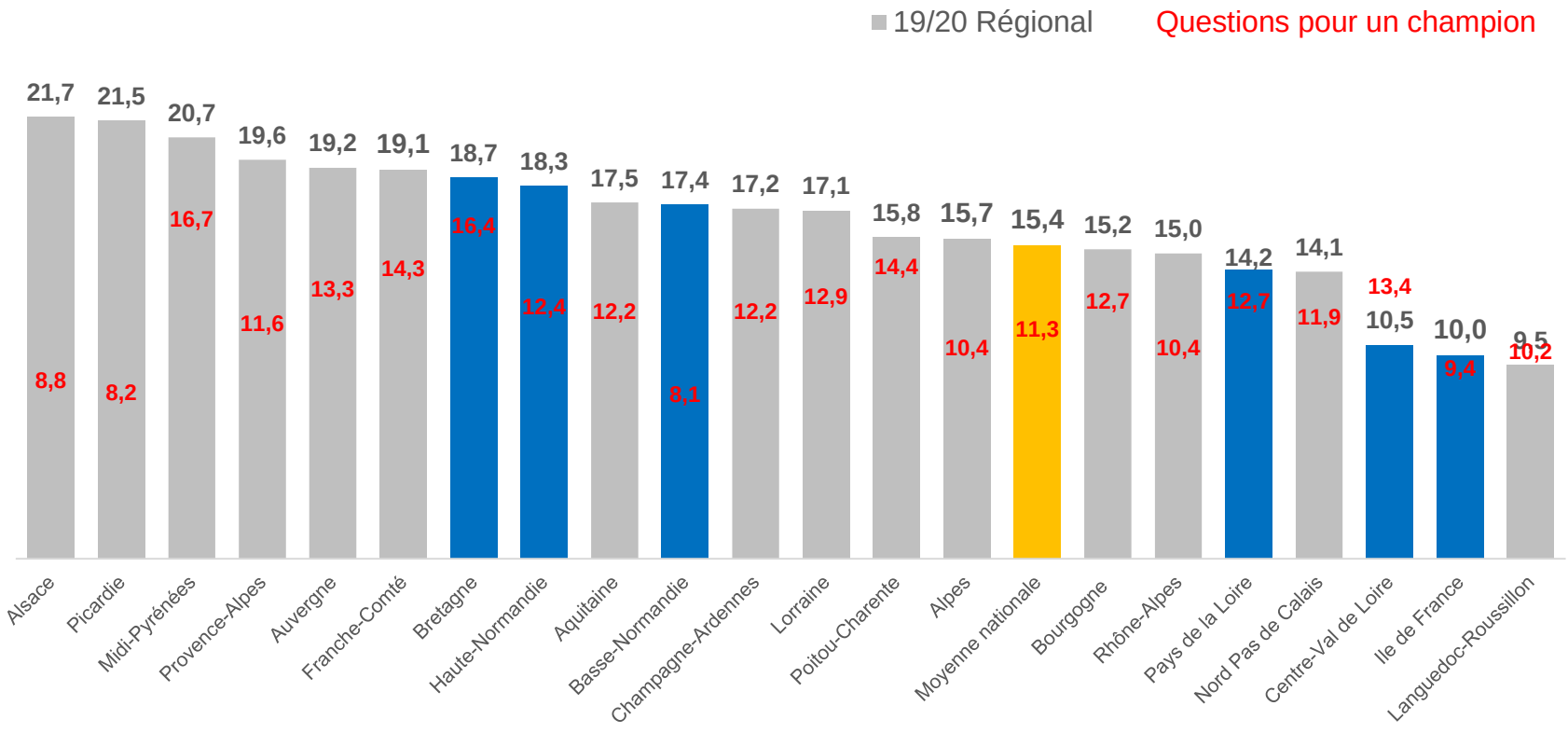


- **Chaînes de la TNT : 27,3% (+3,3pts vs janvier-juin 2016)**
- Les chaînes de la TNT HD : 6,4% de PdA (+1,4 pt en un an)
- **Chaînes payantes : 8,4% (+0,2pt vs janvier-juin 2016)**
- **Le bloc des chaînes d'info (+L'Equipe) : 5% (+2,4pts vs janvier-juin 2016)**

LE **19/20**

lundi-vendredi (janvier-avril 2017)

Part d'audience comparée des JTR et de leur lead in

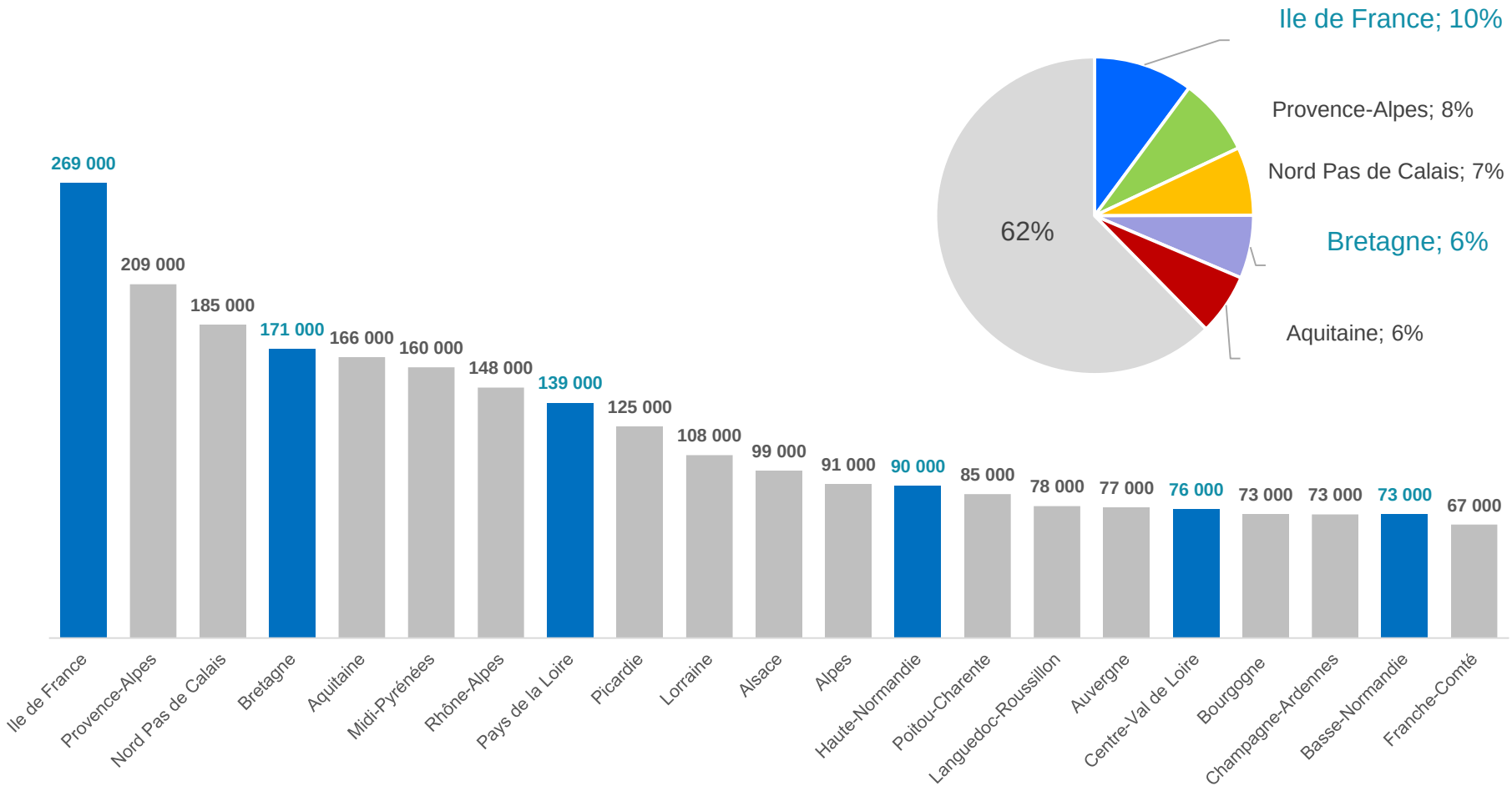


LE **19/20**

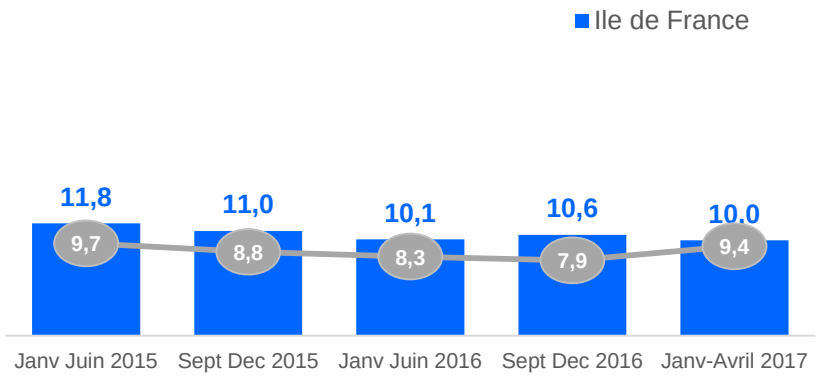
lundi-vendredi (janvier-avril 2017)

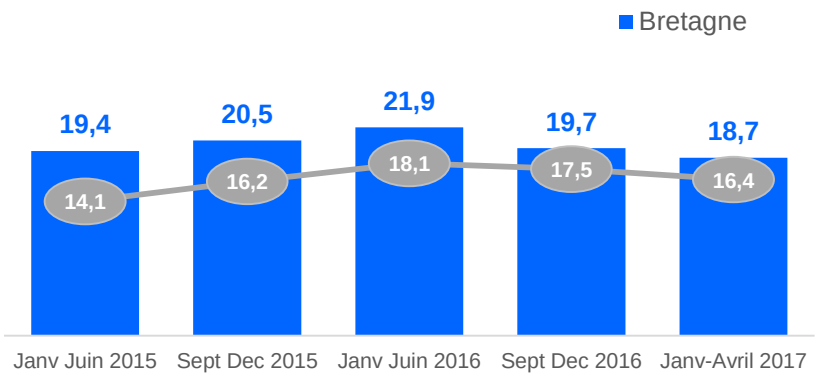
En nombre de téléspectateurs

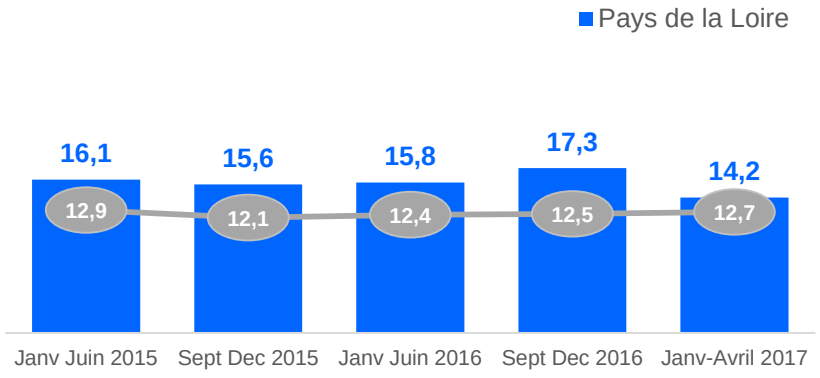
2 660 000 téléspectateurs en France entière

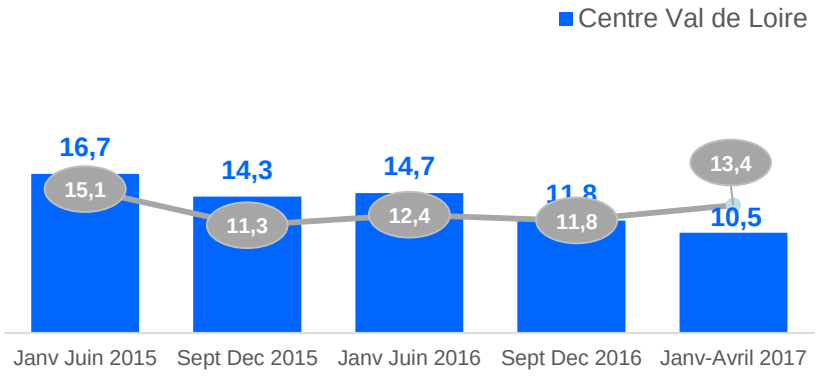


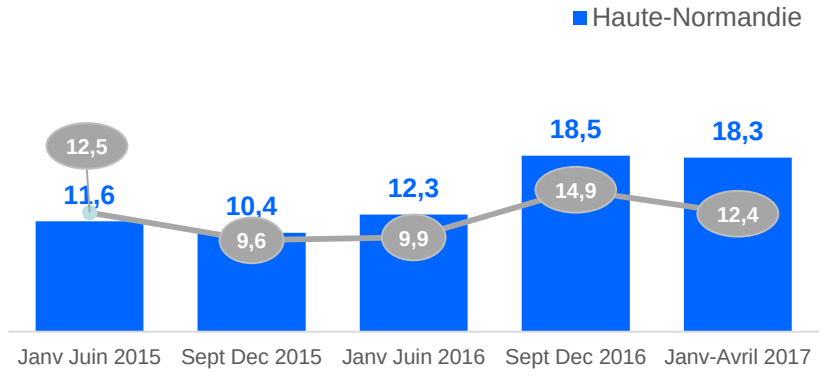
Contribution à l'audience France entière

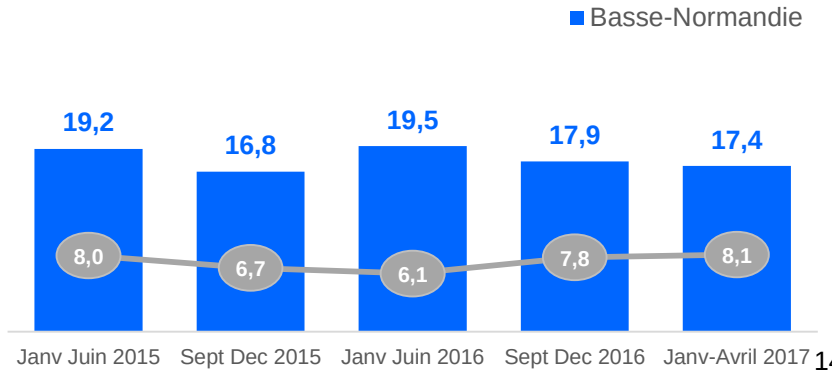

Ile de France
11,8
11,0
10,1
10,6
10.0
9,7
8,8
8,3
7,9
9,4
Janv Juin 2015
Sept Dec 2015
Janv Juin 2016
Sept Dec 2016
Janv-Avril 2017


Bretagne
19,4
20,5
21,9
19,7
18,7
14,1
16,2
18,1
17,5
16,4
Janv Juin 2015
Sept Dec 2015
Janv Juin 2016
Sept Dec 2016
Janv-Avril 2017


Pays de la Loire
16,1
15,6
15,8
17,3
14,2
12,9
12,1
12,4
12,5
12,7
Janv Juin 2015
Sept Dec 2015
Janv Juin 2016
Sept Dec 2016
Janv-Avril 2017


Centre Val de Loire
16,7
14,3
14,7
11,8
10,5
15,1
11,3
12,4
11,8
13,4
Janv Juin 2015
Sept Dec 2015
Janv Juin 2016
Sept Dec 2016
Janv-Avril 2017


Haute-Normandie
12,5
11,6
10,4
12,3
18,5
18,3
9,6
9,9
14,9
12,4
Janv Juin 2015
Sept Dec 2015
Janv Juin 2016
Sept Dec 2016
Janv-Avril 2017


Basse-Normandie
19,2
16,8
19,5
17,9
17,4
8,0
6,7
6,1
7,8
8,1
Janv Juin 2015
Sept Dec 2015
Janv Juin 2016
Sept Dec 2016
Janv-Avril 2017

LES DUPLICATIONS ENTRE JT

Jour moyen, lundi-vendredi – 9 Janvier-3 février 2017 (seuil de visions 33%)

16% ont vu au moins un **JT de Télématin**

21% ont eu au moins un contact avec une **chaine info au cours de la matinée** (6h-12h)

Sur 100 téléspectateurs du ***12/13 Régional…***

72% vont regarder le *12/13 national*

13 HEURES

24% regardent ensuite le **13H de TF1**

17% regardent ensuite le **13H de France 2**

7% regardent ensuite le **12:45 de M6**

SOIREE

39% regardent une **édition régionale** du *19/20*

39% regardent le ***19/20 National***

22% regardent ***20 Heures*** de **TF1**

23% regardent ***20 Heures*** de **France 2**

9% regardent le ***19:45*** de **M6**

5% regardent le ***journal*** d'***arte***

4% regardent le ***Soir/3***

LES DUPLICATIONS ENTRE JT

Jour moyen, lundi-vendredi – 9 Janvier-3 février 2017 (seuil de visions 33%)

MATIN / MIDI

10% ont vu au moins un **JT de Télématin**

24% ont regardé le **13H de TF1**

13% ont regardé le ***12/13 Régional***

17% le ***12/13 National***

13% ont regardé le **13H de France 2**

23% ont eu au moins un contact avec une **chaine info au cours de la journée**

Sur 100 téléspectateurs du ***19/20 Régional…***

63% vont regarder le *19/20 national*

SOIREE

26% regardent ensuite le ***20 Heures*** de **France 2**

25% regardent ensuite le ***20 Heures*** de **TF1**

7% regardent le ***19:45*** de **M6**

4% regardent le ***journal*** d'***arte***

3% regardent le ***Soir/3***

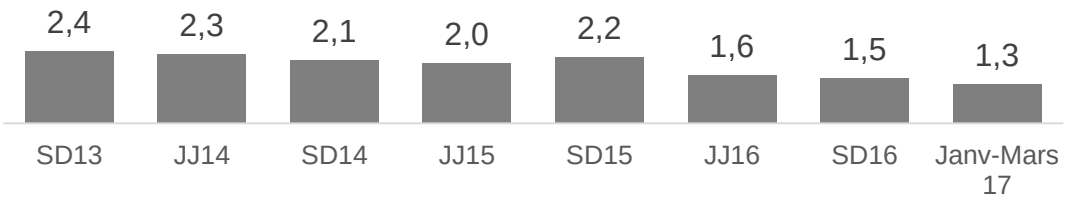
3% regardent le ***Soir/3 régional***

LES PROGRAMMES

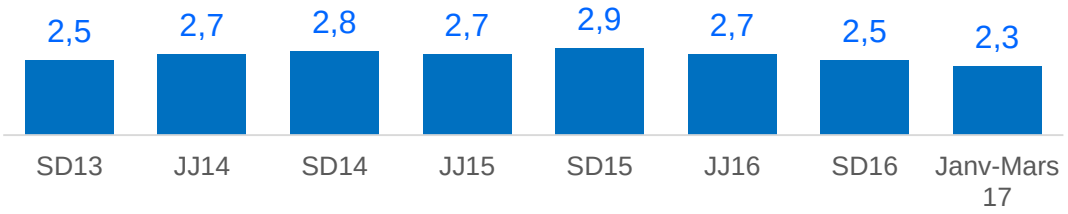
CASES DU MATIN

lundi-mardi-jeudi-vendredi – moyenne nationale

Magazines/documentaires (8h50-9h40) : 49 000 tvsp. et 1.3% de PdA



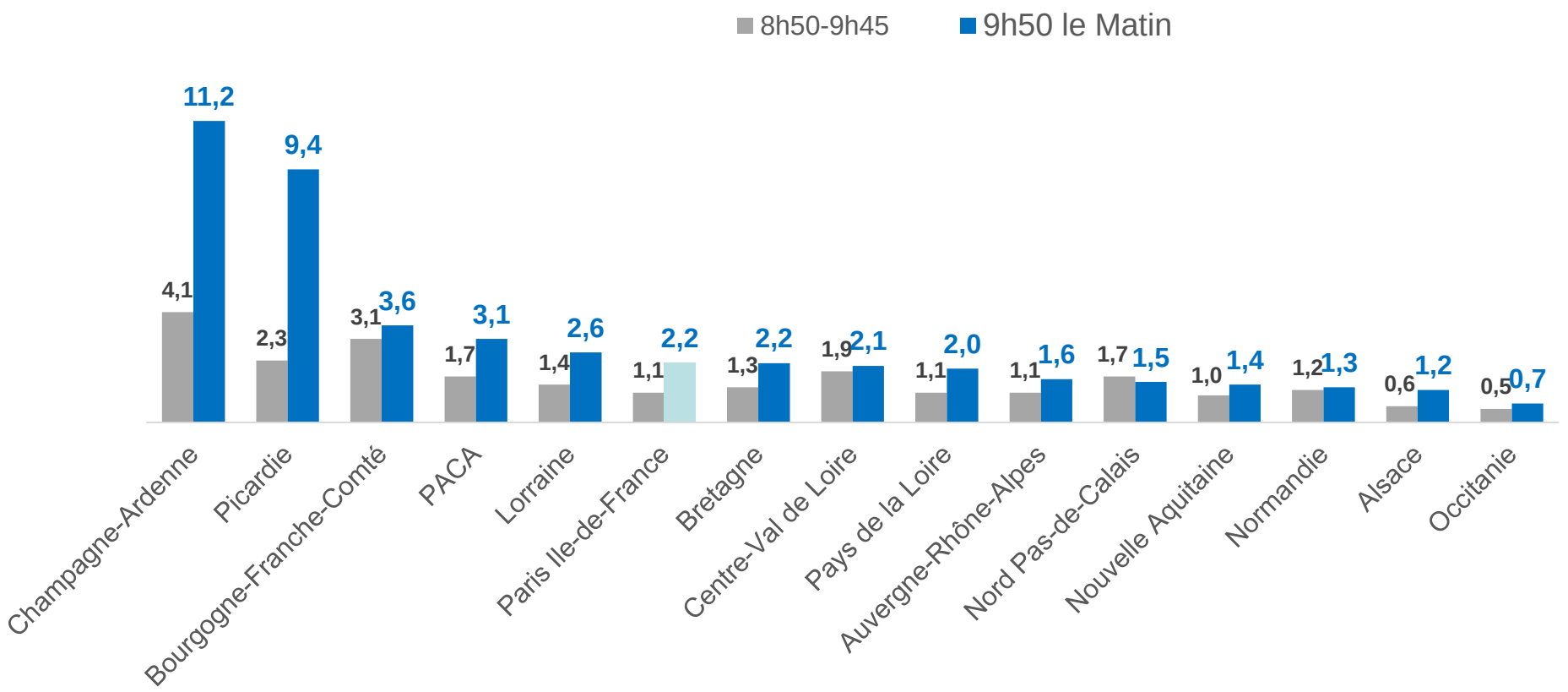
***9h50 le matin :* 82 000 tvsp. et 2.3% de PdA**



LES MATINALES

lundi-mardi-jeudi-vendredi – janvier-avril 2017 HORS « VACANCES SCOLAIRES »

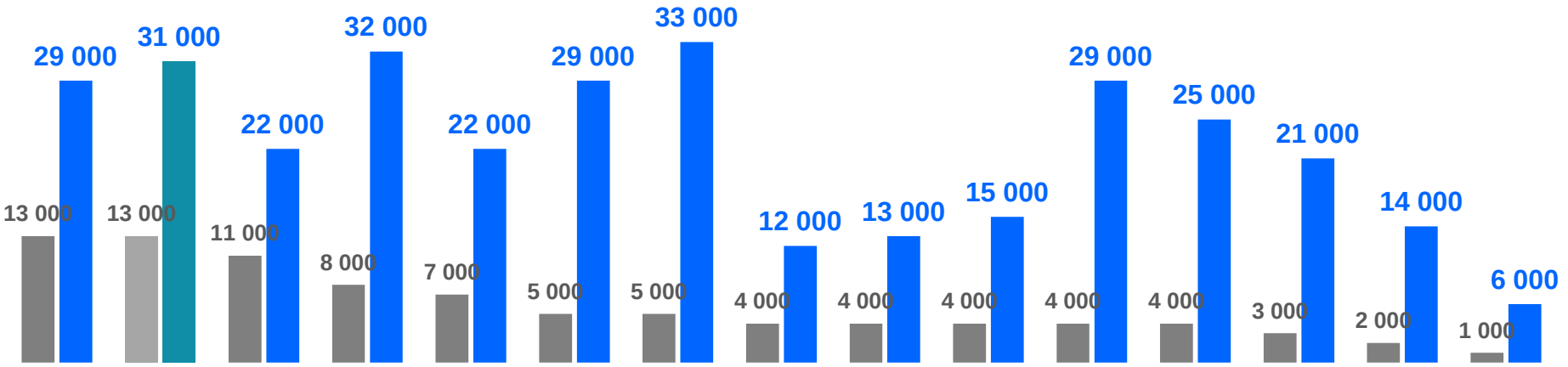
En PdA%



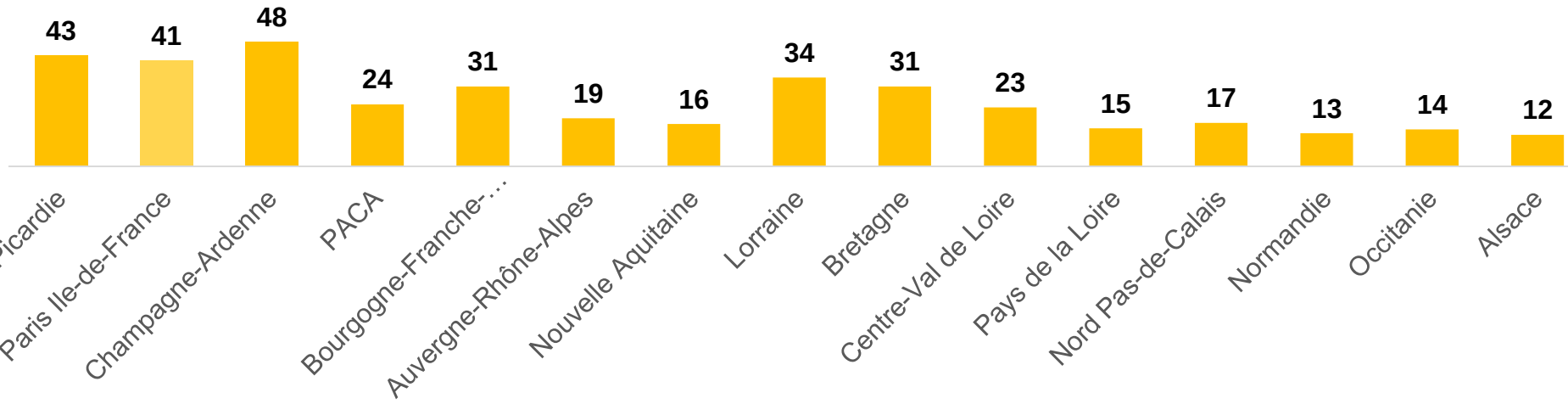
LES MATINALES

lundi-mardi-jeudi-vendredi – janvier-avril 2017 HORS « VACANCES SCOLAIRES »

En nombre de téléspectateurs (audience moyenne et audience cumulée)



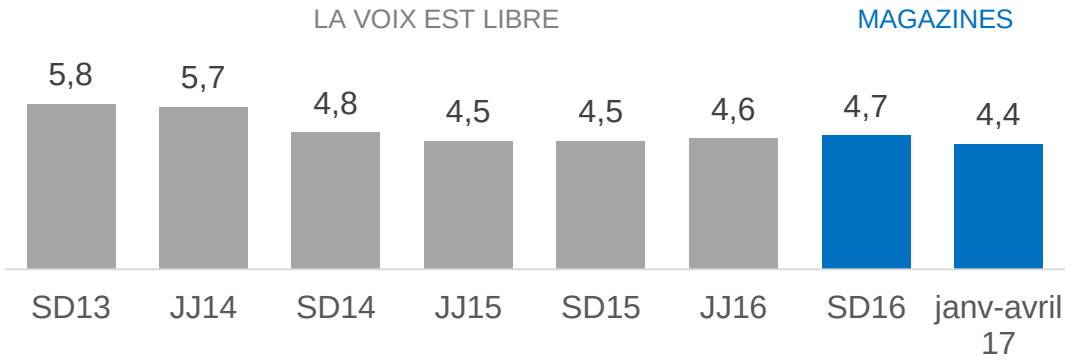
L'assiduité (%)



LES CASES DU SAMEDI

Moyenne nationale

11h30 – Magazines régionaux



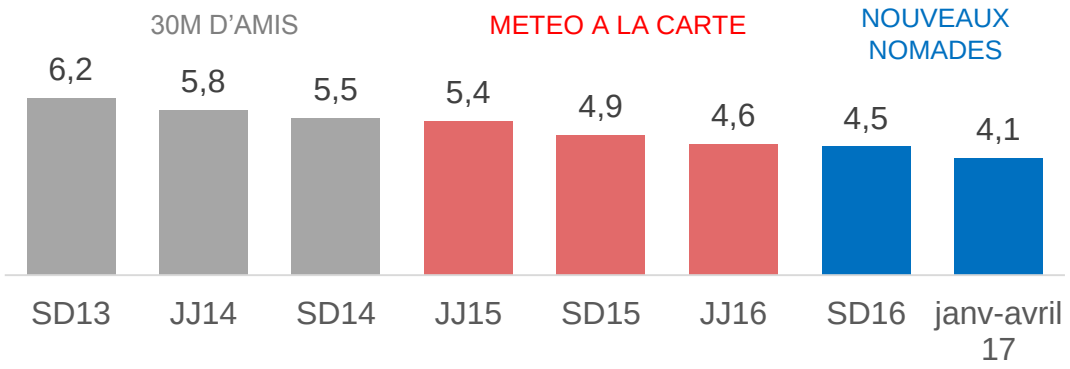
En moyenne : **310 000 tvsp. et 4.4% de PdA.**

- vs. 300 000 tvsp. et 4.7% en SD16

Sur leur ancienne case du dimanche à 11h30 :

- 360 000 tvsp. et 4.2% en janv-juin 2016

12h55 – Les nouveaux nomades (20', diffusion nationale)



En moyenne : **620 000 tvsp. et 4,1% de PdA.**

- vs. 660 000 tvsp. et 4.5% en SD16

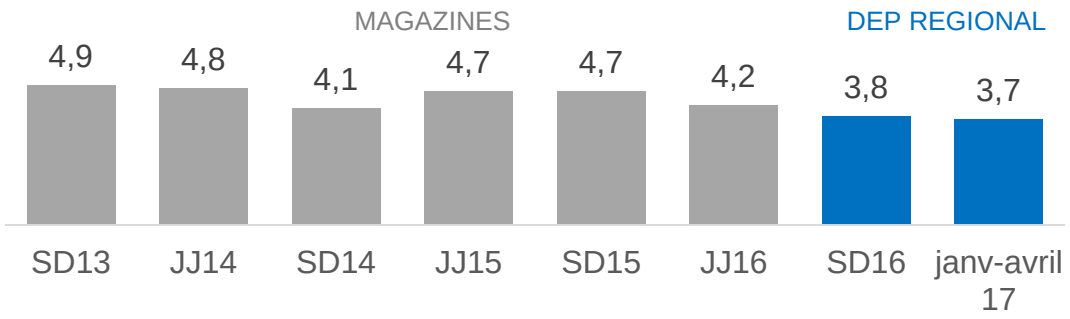
Avec *Météo à la carte* la saison dernière :

- 670 000 tvsp. et 4.6% en janv-juin 2016

LES CASES DU DIMANCHE

Moyenne nationale

11h30 – Dimanche en politique Régional



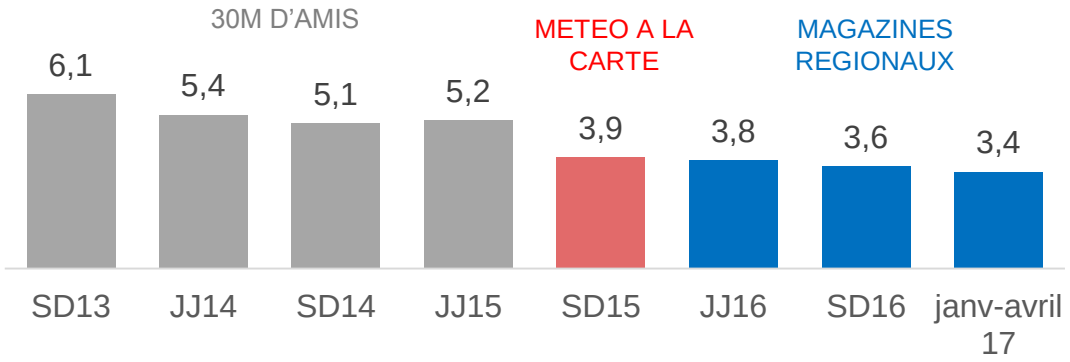
En moyenne : **350 000 tvsp. et 3.7% de PdA.**

- vs. 310 000 tvsp. et 3.8% en SD16

Sur l'ancienne case de *LVEL* du samedi à 11h30 :

- 305 000 tvsp. et 4.6% en janv-juin 2016

12h55 – Les nouveaux nomades (26', magazines régionaux)



En moyenne : **530 000 tvsp. et 3.4% de PdA.**

- vs. 520 000 tvsp. et 3.6% en SD16
- vs. 580 000 tvsp. et 3.8% en janv-juin 2016

LES CASES DU SAMEDI

Dans votre région

Ile de France

9H50 le matin : 3,3% - 36 000 [*Littoral* jusqu'au 18/02 : 3,2% - 38 000]
Sept-dec 2016 : *Littoral* : 3,2% - 32 000 -- 1er semestre 2016 – LVEL : 3,1% - 33 000

Bretagne

Bali breizh : 3,6% - 12 000 [SD : 3,6% - 11 000]
1er semestre 2016 – L'heure du débat : 3,4% - 10 000 // LVEL : 1% - 4 000

- **Mouchig dall** (10h30) : 2,6% - 8 000 -- 3,6% - 10 000 -- 2,4% - 7 000

Pays de la Loire

Littoral : 6,6% - 25 000 [SD : 8,7% - 31 000]
1er semestre 2016 – LVEL : 7,3% - 28 000

Centre Val de Loire

Péché gourmand : 2,7% - 8 000 [SD : 4,2% - 12 000]
1er semestre 2016 – LVEL : 4,1% - 11 000

Normandie

Littoral : 3,7% - 15 000 [SD : 5,8% - 20 000]
1er semestre 2016 – LVEL : 5,5% - 19 000

LES CASES DU SAMEDI

Les nouveaux nomades

Ile de France

Les nouveaux nomades : 5,3% - 128 000 [SD : 5,9% - 129 000]

1er semestre 2016 – Météo à la carte : 5,2% - 116 000

12/13 national : 10,1% - 208 000 -- 9,6% - 182 000 -- 8,7% - 165 000

Bretagne

Les nouveaux nomades : 3,2% - 28 000 [SD : 3,3% - 28 000]

1er semestre 2016 – Météo à la carte : 2,7% - 23000

12/13 national : 11,4% - 88 000 -- 10,5% - 79 000 -- 8,8% - 64 000

Pays de la Loire

Les nouveaux nomades : 4% - 33 000 [SD : 4,9% - 39 000]

1er semestre 2016 – Météo à la carte : 3,9% - 33000

12/13 national : 15,7% - 112 000 -- 15,5% - 106 000 -- 14,8% - 108 000

Centre Val de Loire

Les nouveaux nomades : 1,5% - 10 000 [SD : 2,4% - 15 000]

1er semestre 2016 – Météo à la carte : 3,5% - 23 000

12/13 national : 7,4% - 45 000 -- 7,5% - 42 000 -- 9,9% - 56 000

Normandie

Les nouveaux nomades : 4,6% - 43 000 [SD : 4,5% - 39 000]

1er semestre 2016 – Météo à la carte : 4,3% - 37 000

12/13 national : 9,1% - 72 000 -- 9,8% - 71 000 -- 10,5% - 72 000

LES CASES DU DIMANCHE

Dimanche en politique

Ile de France

Janv-avril : 2,6% - 39 000 [SD : 2,2% - 31 000]

1er semestre 2016 – Paname : 4,1% - 62 000

DEP national : 6% - 127 000 -- 6,3% - 126 000 -- 6,5% - 130 000

Bretagne

Janv-avril : 3,6% - 18 000 [SD : 3,5% - 16 000] *L'heure du débat : 3,1% - 15 000 [SD : 2,6% - 11 000]*

1er semestre 2016 – Bali Breizh : 4% - 18 000

DEP national : 7,3% - 56 000 -- 6,5% - 49 000 -- 8,3% - 47 000

Pays de la Loire

Janv-avril : 3,9% - 21000 [SD : 4,8% - 24 000]

1er semestre 2016 – Vues sur Loire : 4,9% - 24 000

DEP national : 6,9% - 50 000 -- 8% - 56 000 -- 7,9% - 56 000

Centre Val de Loire

Janv-avril : 2% - 8 000 [SD : 2,7% - 9 000]

1er semestre 2016 – Histoire de se balader : 2,6% - 9 000

DEP national : 5,1% - 30 000 -- 3,2% - 19 000 -- 5,2% - 29 000

Haute-Normandie

Janv-avril : 5,3% - 16 000 [SD : 4% - 11 000]

1er semestre 2016 – Histoire de se balader : 3,5% - 9 000

DEP national : 6,3% - 25 000 -- 5,8% - 24 000 -- 5,2% - 20 000

Basse-Normandie

Janv-avril : 3,6% - 9 000 [SD : 6,3% - 13 000]

1er semestre 2016 – Histoire de se balader : 5,4% - 11 000

DEP national : 7,2% - 26 000 -- 8,7% - 25 000 -- 9,9% - 30 000

LES CASES DU DIMANCHE

Les nouveaux nomades

Ile de France

Paname : 4% - 103 000 [SD : 3,8% - 91 000]

Sept-Dec 2016 : 3,8% - 91 000 -- 1er semestre 2016 : 4,1% - 62 000

12/13 national : 7,5% - 170 000 -- 7,3% - 158 000 -- 7,3% - 157 000

Bretagne

Littoral : 2,3% - 21 000

Sept-Dec 2016 : 2,9% - 26 000 -- 1er semestre 2016 : 3,3% - 29 000

12/13 national : 9,7% - 79 000 -- 8,5% - 70 000 -- 8,4% - 65 000

Pays de la Loire

Vues sur Loire : 2,6% - 23 000

Sept-Dec 2016 : 3% - 25 000 -- 1er semestre 2016 – Littoral : 2,7% - 25 000

DEP national : 8,8% - 68 000 -- 9,7% - 73 000 -- 9,4% - 75 000

Centre Val de Loire

Vues sur Loire : 1,4% - 10 000

Sept-Dec 2016 : 2% - 14 000 -- 1er semestre 2016 : 3,2% - 22 000

12/13 national : 6,6% - 42 000 -- 4,3% - 27 000 -- 6,8% - 41 000

Normandie

Histoire de se balader : 4,5% - 41 000

Sept-Dec 2016 : 5,8% - 49 000 -- 1er semestre 2016 – Littoral : 3,3% - 27 000

12/13 national : 7,6% - 61000 -- 7,7% - 59000 -- 8,2% - 61 000

AUDIENCES NUMÉRIQUES

CE FRANCE 3 NORD OUEST

3 MAI 2017

Direction Numérique France Télévisions

EVOLUTION DE LA FRÉQUENTATION DES SITES

AVANT / APRES LE 1ER FEVRIER 2017*

* Evolution graphique des sites, passage en responsive design, migration de 24 à 13 sites régionaux

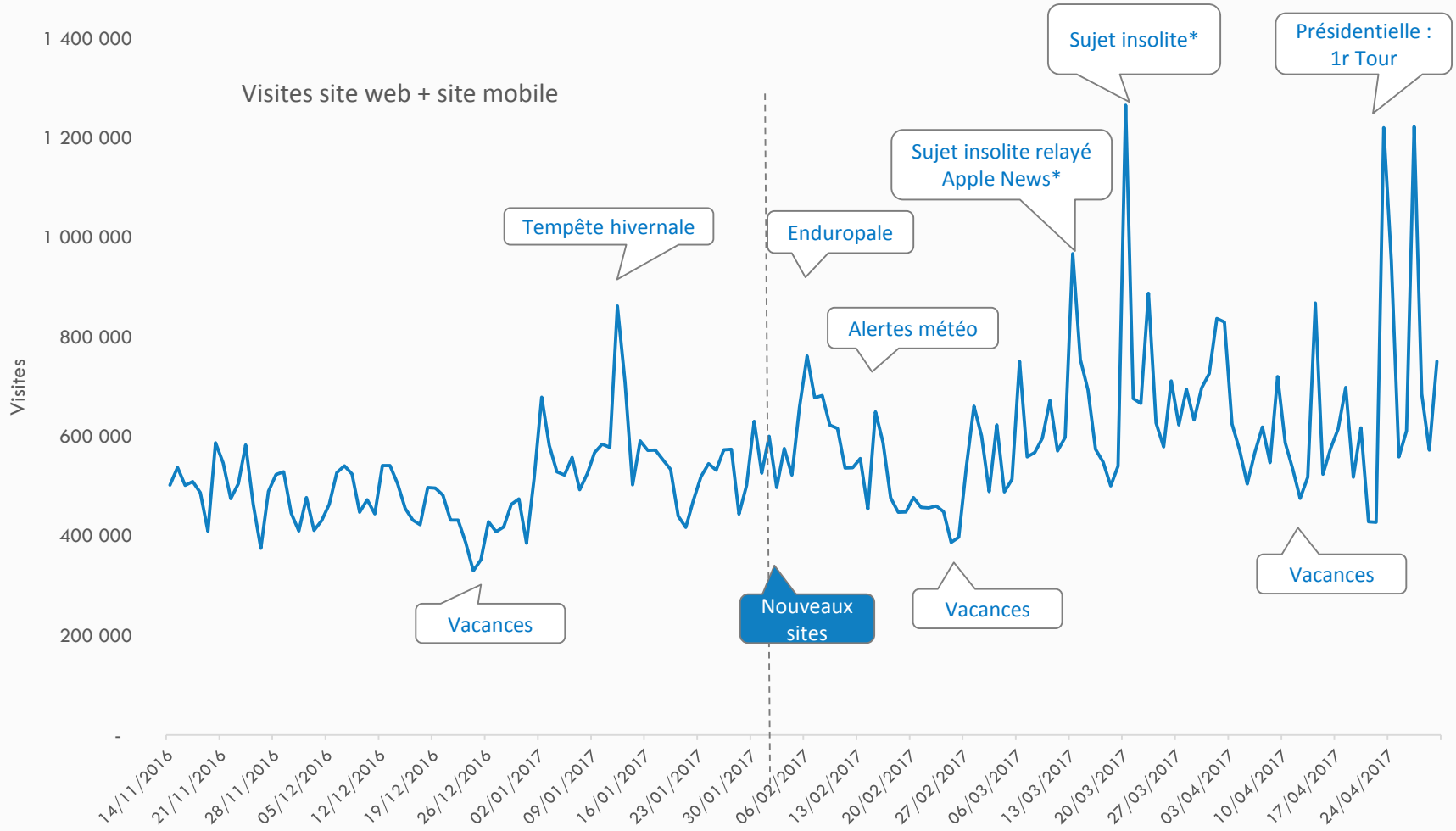
Evolution du trafic quotidien (site web + site Mobile)

Après la refonte des sites, le volume de **visites quotidiennes affiche +17% par rapport à la médiane sur 6 mois.**

Visites quotidiennes

Médiane / jour sur 6 mois
538 800

Médiane / jour post refonte
587 500

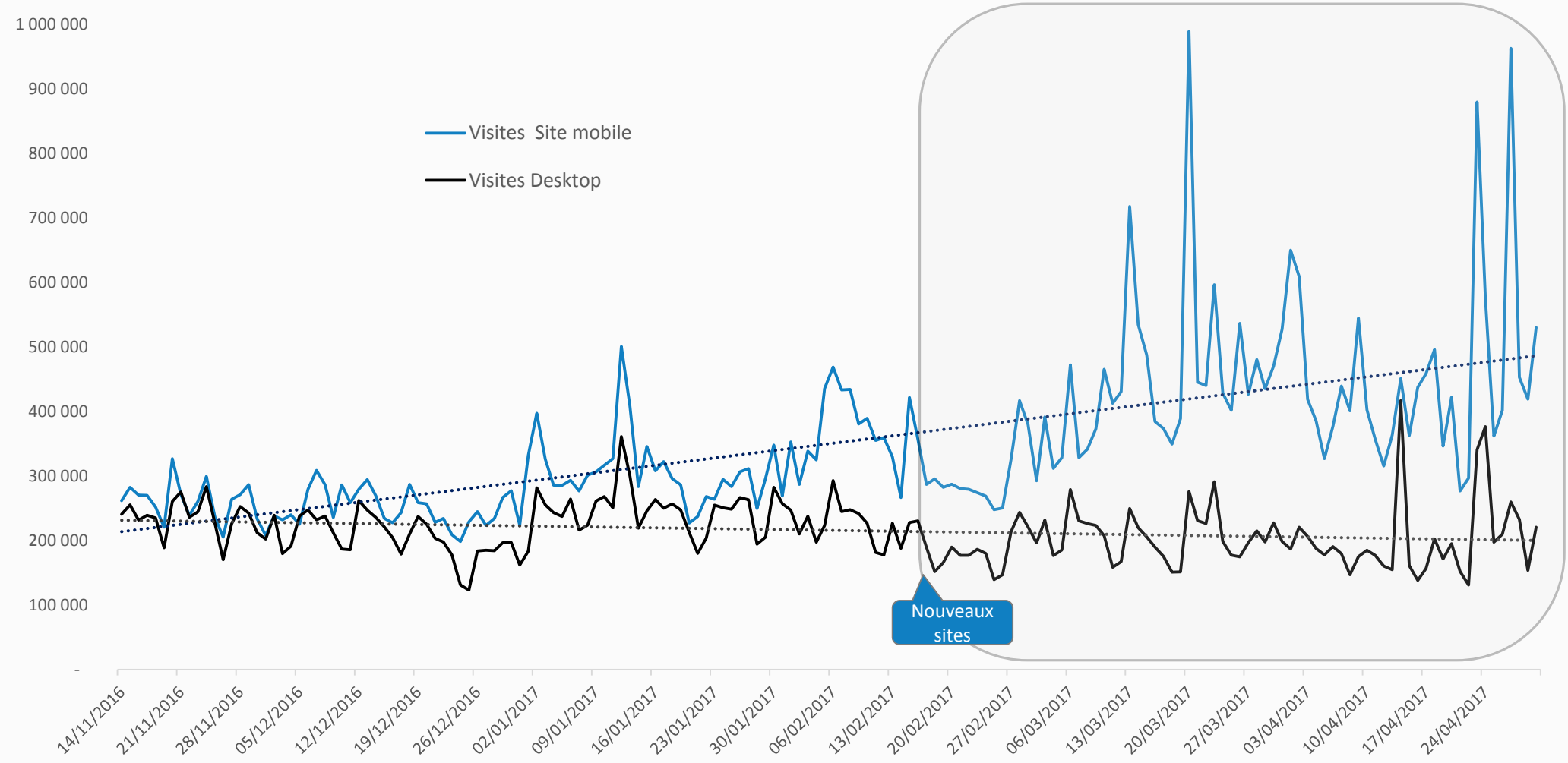


Source AT Internet

Sujet insolite du 13 mars: Hauts-de-France: Le fourgon pénitentiaire transportant Redoine Faïd a eu un accident sur l'A21
Sujet insolite du 20 mars: Hauts-de-France: Oise : une petite fille de 4 ans appelle les gendarmes parce qu'elle s'ennuie

Evolution des visites par support sur les sites

Depuis la refonte* du 1er février 2017, on observe un **transfert de la fréquentation du desktop vers le mobile.**
Le trafic desktop décroit : -8% vs la médiane sur 6 mois et celui sur site mobile s'envole : +25% vs la médiane sur 6 mois.



Source AT Internet

Evolution des visites par région ex pôle Nord Ouest

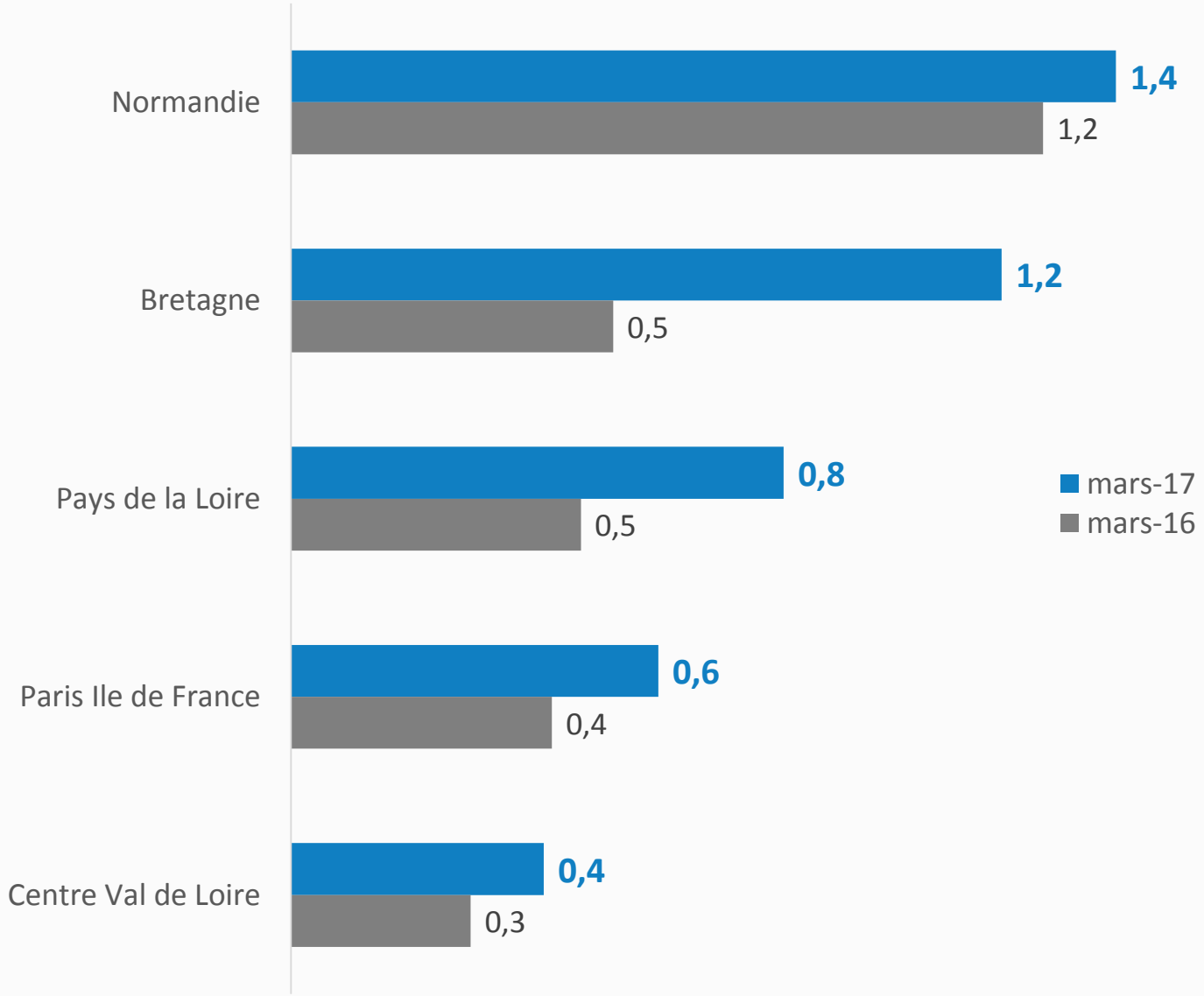
Mars 2017

Visites mensuelles ex pôle Nord Ouest

Mars 2017
4,4 M

Evolution A-1
+47%

Mars 2016
3 M



Source AT Internet

Evolution des visites par région ex pôle Nord Ouest

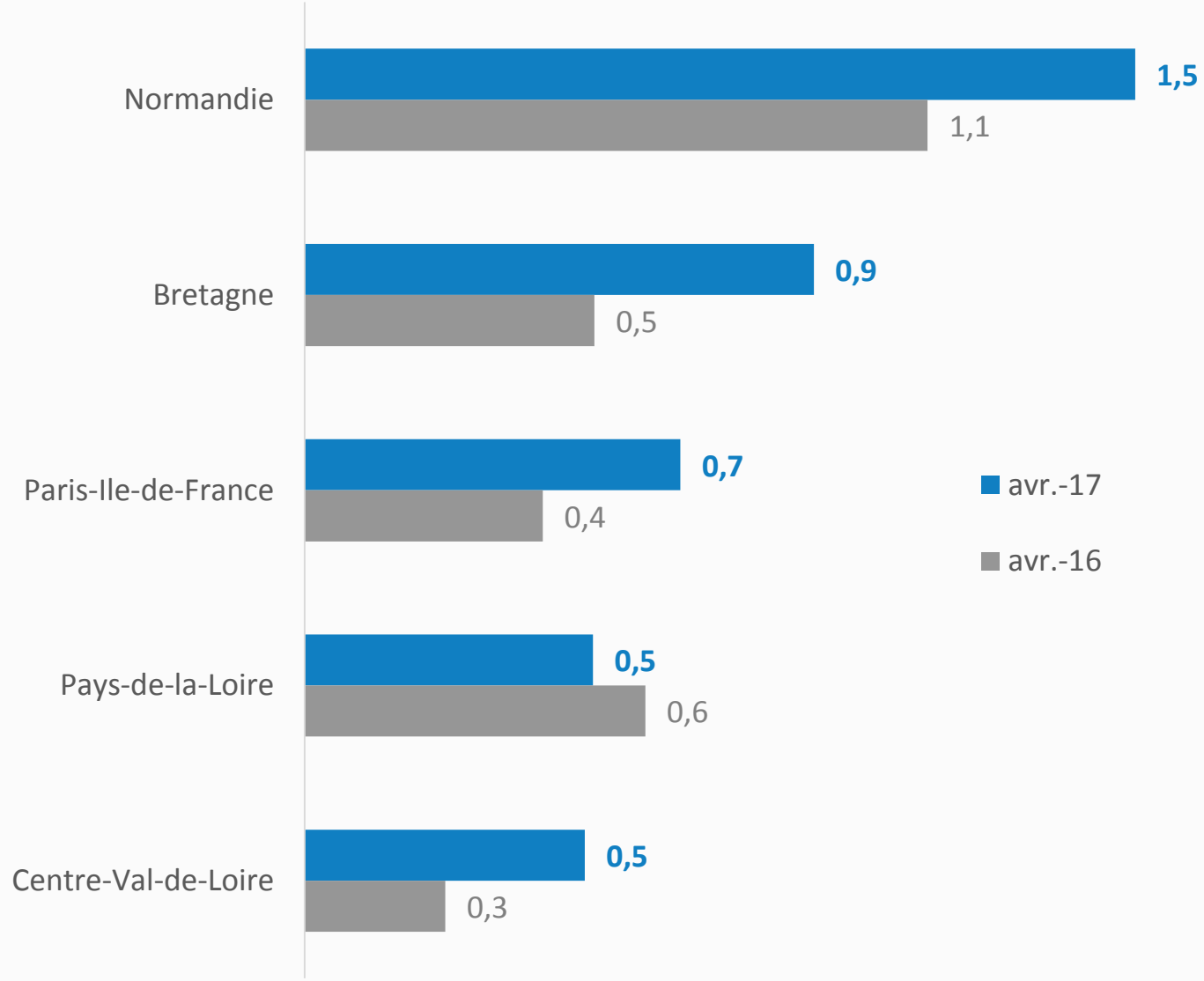
Avril 2017

Visites mensuelles ex pôle Nord Ouest

Avril 2017
4,1 M

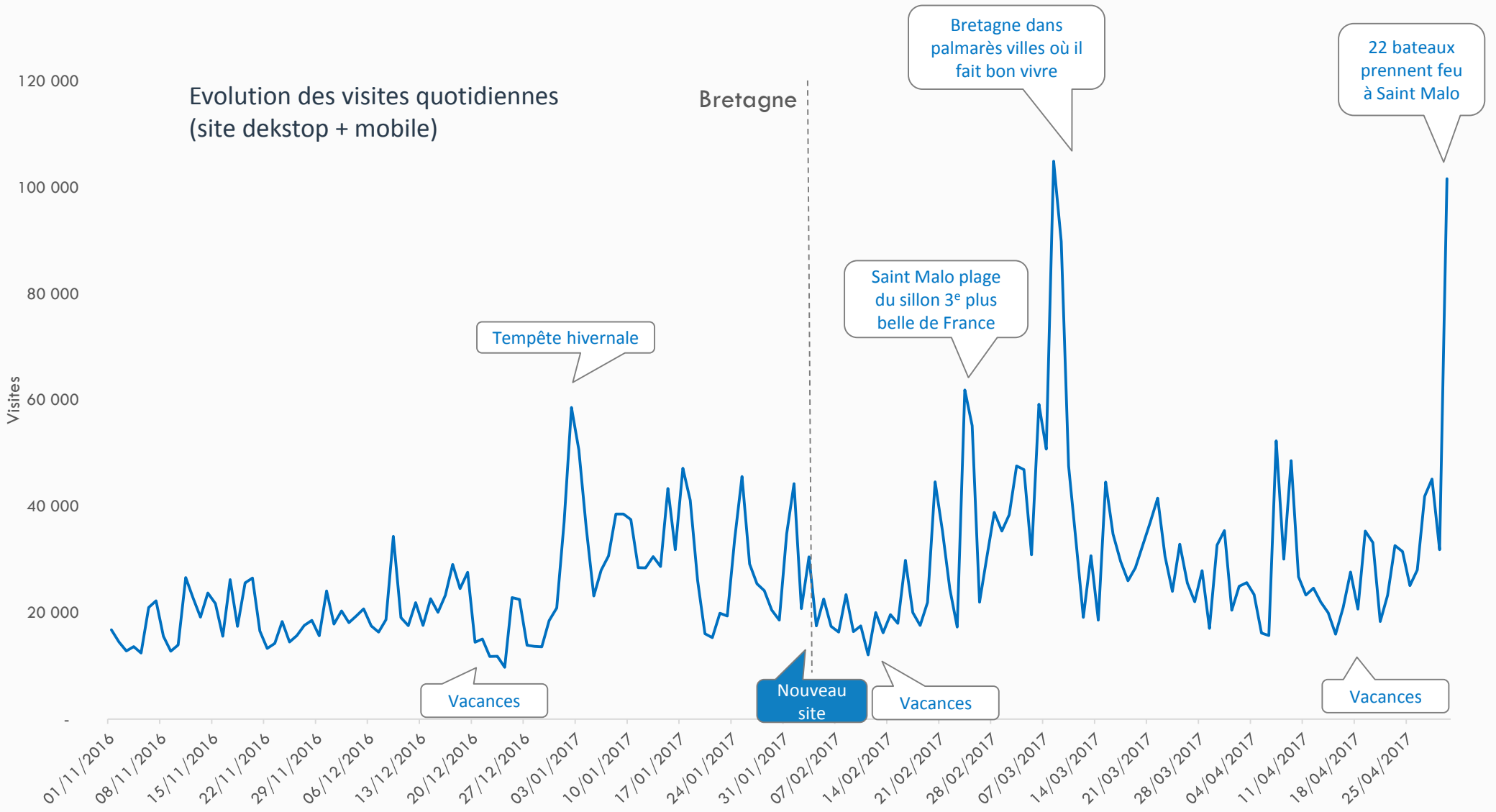
Evolution A-1
+40%

Avril 2016
2,9 M



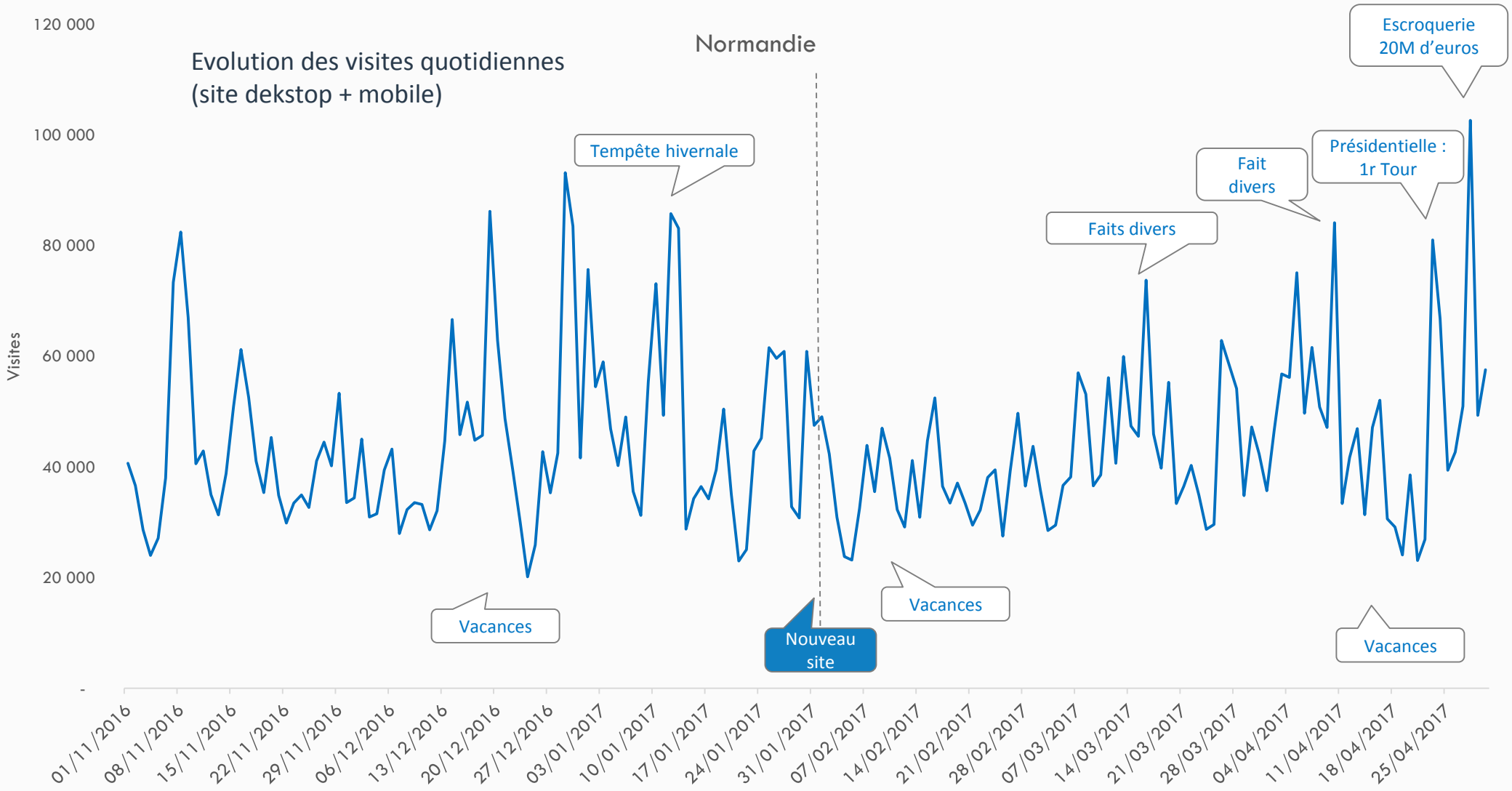
Source AT Internet

Evolution du trafic quotidien du site BRETAGNE



Source AT Internet

Evolution du trafic quotidien du site NORMANDIE

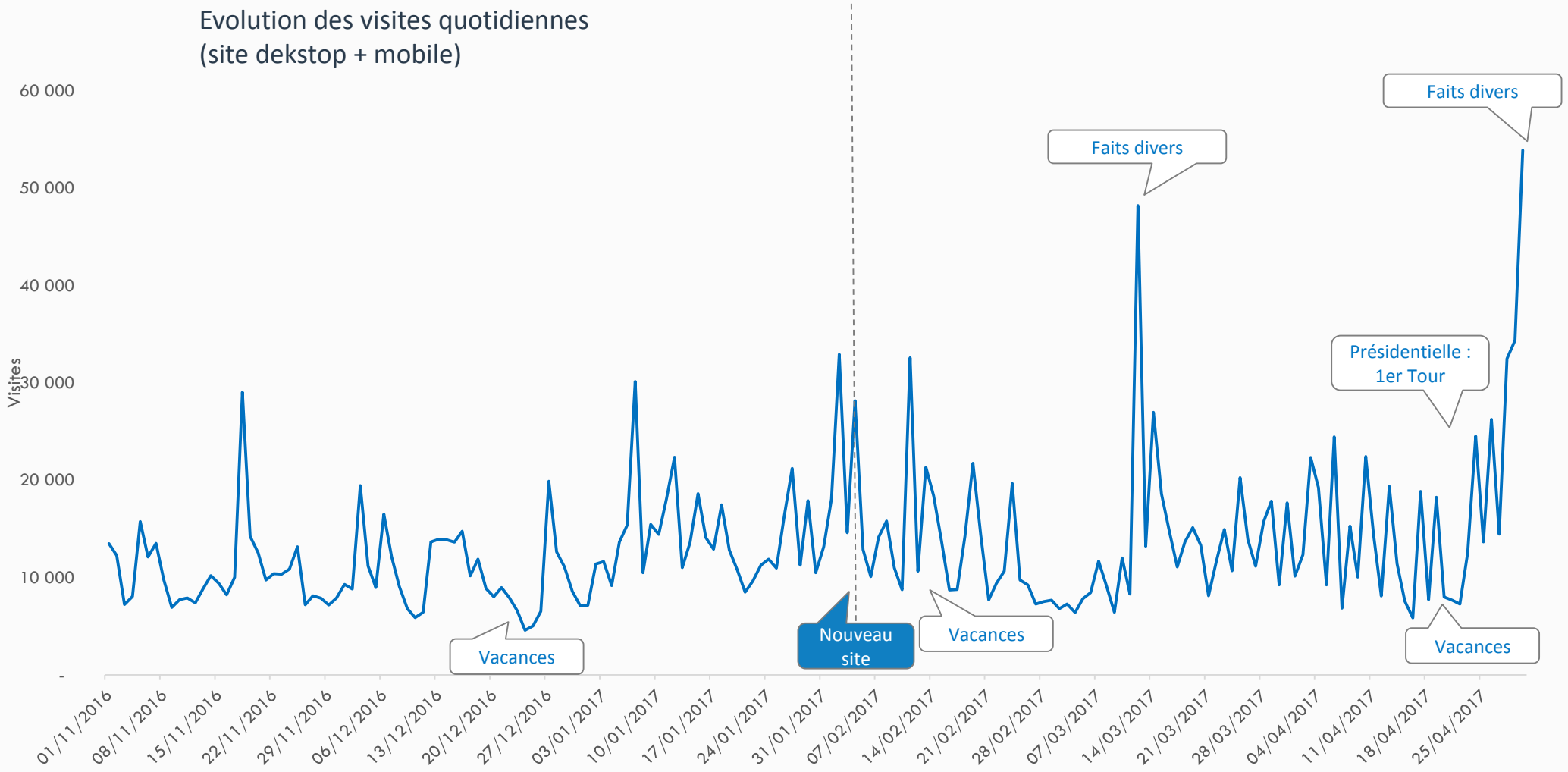


Source AT Internet

Evolution du trafic quotidien du site CENTRE VDL

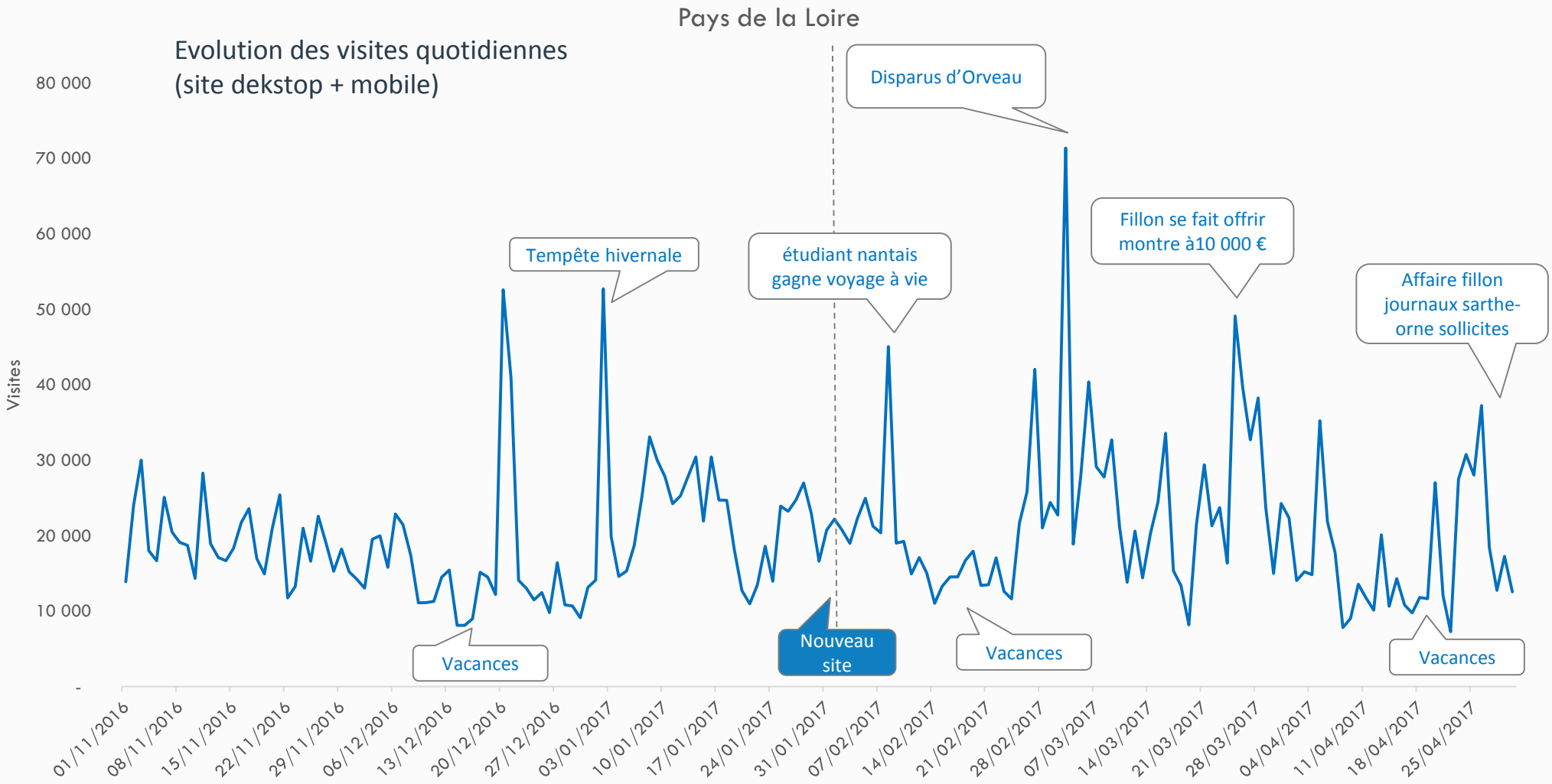
Centre Val de Loire

Evolution des visites quotidiennes
(site dekstop + mobile)



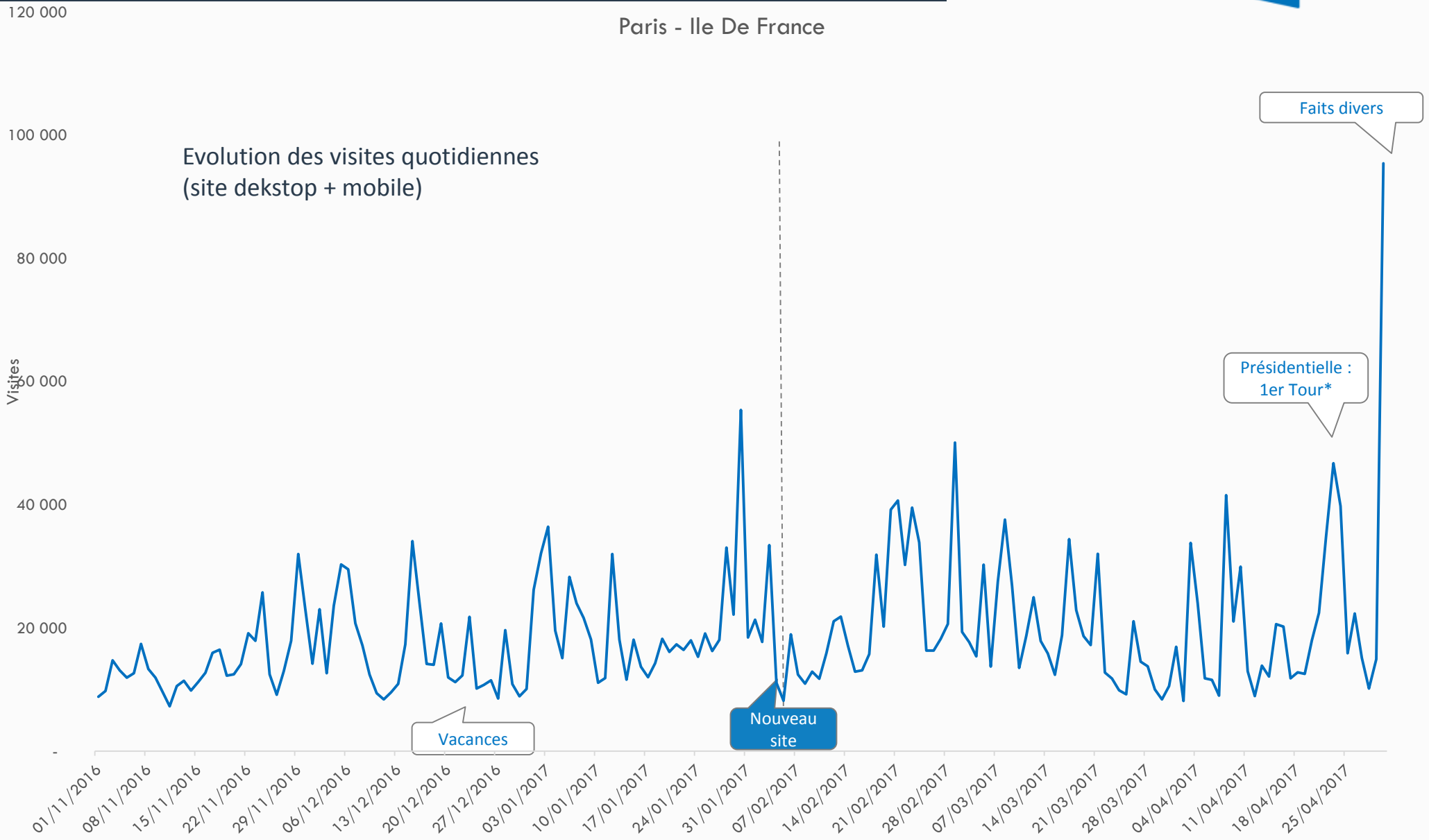
Source AT Internet

Evolution du trafic quotidien de PAYS DE LA LOIRE



Source AT Internet

Evolution du trafic quotidien de PARIS IDF



Source AT Internet

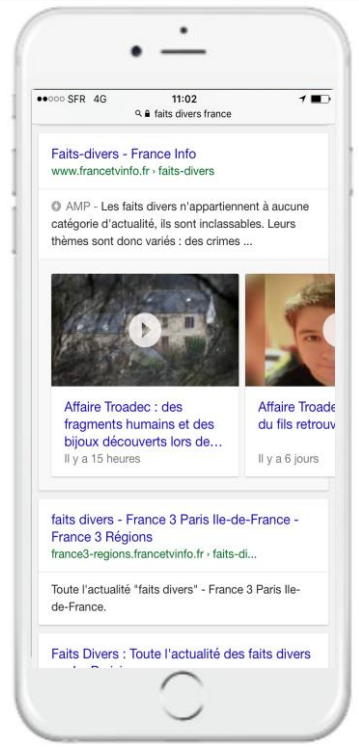
FOCUS SUR ACCELERATED MOBILE PAGES [AMP]

NOUVEAUTÉ NOVEMBRE 2016

Introduction à Google AMP

Accelerated Mobile Pages

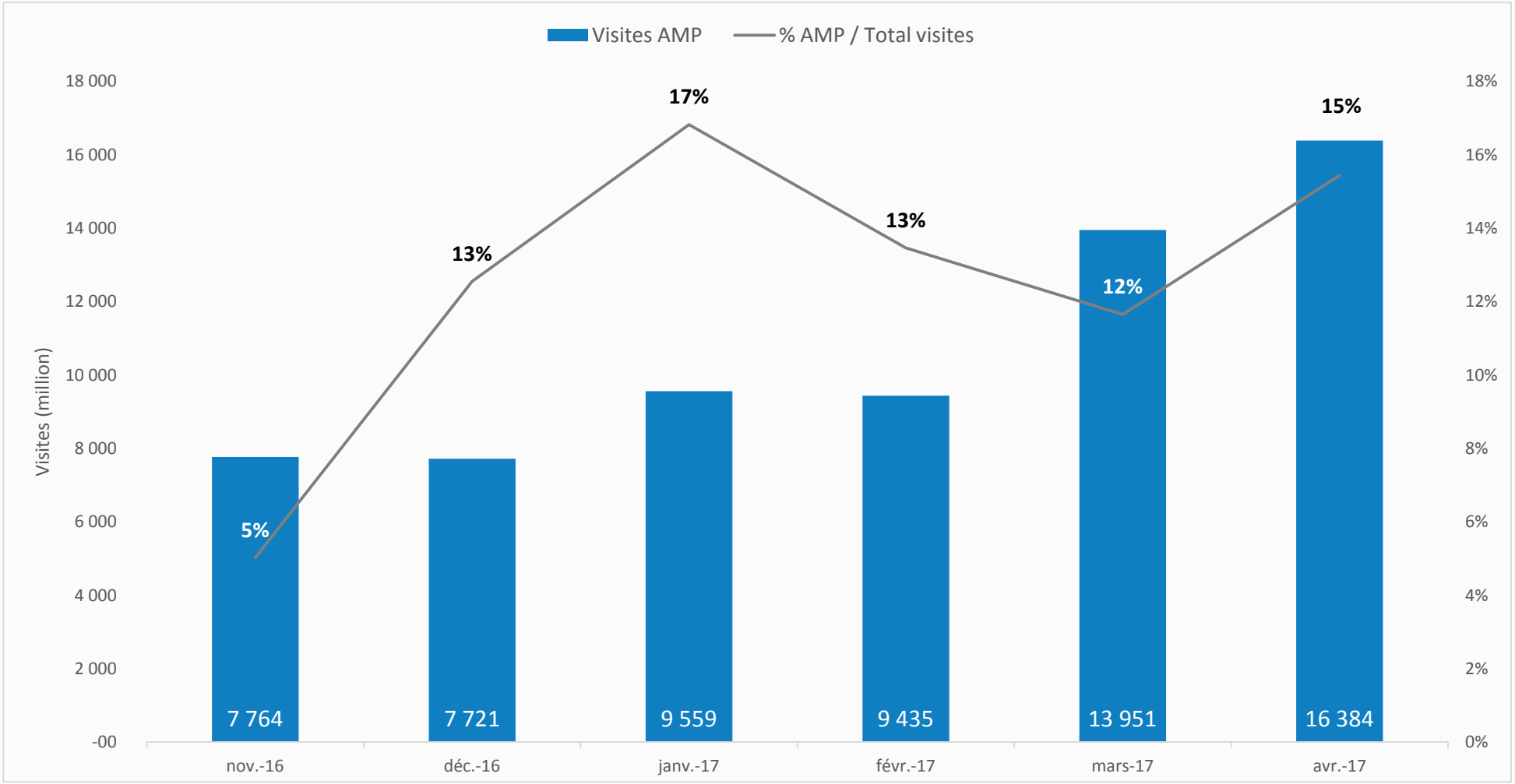
Objectif :
-> Rendre le chargement des pages quasi instantané sur mobile



Source : AT Internet

AMP : évolution du trafic depuis son lancement

Site Mobile



FOCUS SUR APPLE NEWS

NOUVEAUTÉ MARS 2017

Apple News – nouveauté mars 2017 pour les sites Régions

Depuis mi-mars 2017, **les sites mobiles** réalisent des **pics de fréquentation grâce à la mise en avant d'articles sur le fil Apple News* dans IOS 10**.
Cette sélection par Apple se fait indépendamment des éditeurs et repose sur un algorithme dont le fonctionnement reste très opaque.
Le succès des posts liens sur Facebook semble un indicateur important dans la sélection des contenus par l'algorithme d'Apple.

Sélectionné dans le fil **Apple News**

330 000 visites sur mobile en 1 journée

**** En France, Apple News est l'espace situé en dessous de la recherche spotlight - à gauche de l'écran d'accueil - qui renvoie vers 4 à 5 actualités proposées par les médias français.***
Les éditeurs français présents sur cet espace indiquent avoir été référencés automatiquement par l'interface, sans action de leur part. Habituellement ce sont les médias nationaux qui sont mis en avant.

Apple News – exemple pour la région Centre-Val de Loire

Centre-Val de Loire

ACTU VIDEOS EMISSIONS SERVICES

ORLÉANS TOURS BOURGES BLOIS CHARTRES MONTARGIS DREUX CHÂTEAUROUX FLEURY-LES-AUBRAIS JOUÉ-LÈS-TOURS PERCHE SOLOGNE VAL DE LOIRE SANCERROIS VALLÉE DU LOIR

ELECTION PRÉSIDENTIELLE MÉTÉO NOS REPORTAGES WEB IDÉES DE SORTIES 9H50 LE MATIN LE FEUILLETON PARTENARIATS LE PRINTEMPS DE BOURGES

/ CENTRE-VAL DE LOIRE / VAL DE LOIRE / LOIR-ET-CHER

Emmanuel Macron favorable à la réouverture des chasses présidentielles

Chambord: haut-lieu des chasses présidentielles jusqu'à 2010 / © DNC

PARTAGES

Partager

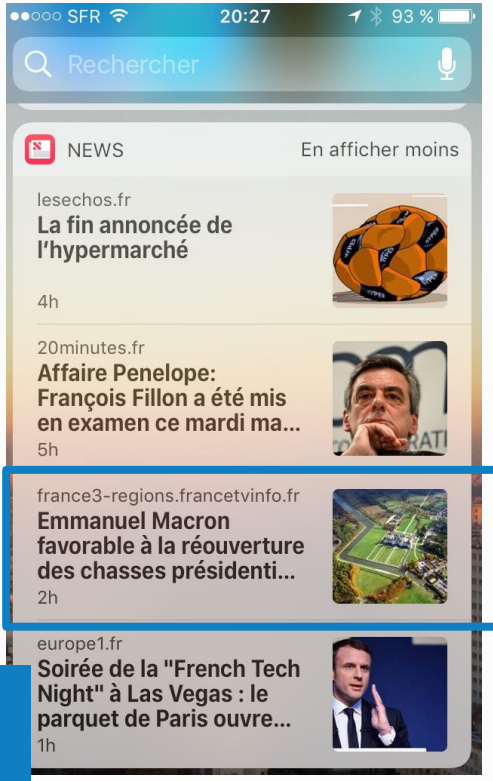
Twitter

Partager

Les quelque 1,2 million de chasseurs constituent un électorat convoité pendant les campagnes présidentielles. Leur vote penche traditionnellement plus à droite qu'à gauche, mais n'est pas uniforme.

Par France 3 Centre-Val de Loire avec l'AFP
Publié le 14/03/2017 à 18:43

Sélectionné par **Apple News**



26 000 visites sur mobile en 3 jours (dont 16 000 en une soirée)

AUDIENCES VIDÉO

Consommation vidéo France 3 Régions

Mars 2017

93,2 M de vidéos vues

Sur les sites et l'appli
(extraits + direct et replay émissions)

2,4 M vidéos vues

Sur le site et l'appli
(direct et replay émissions)

418 000 vidéos vues

Sur les plateformes partenaires
(extraits)

88 M
vidéos vues

2,2 M
vidéos vues

Source : Médiamétrie eStat Streaming et partenaires

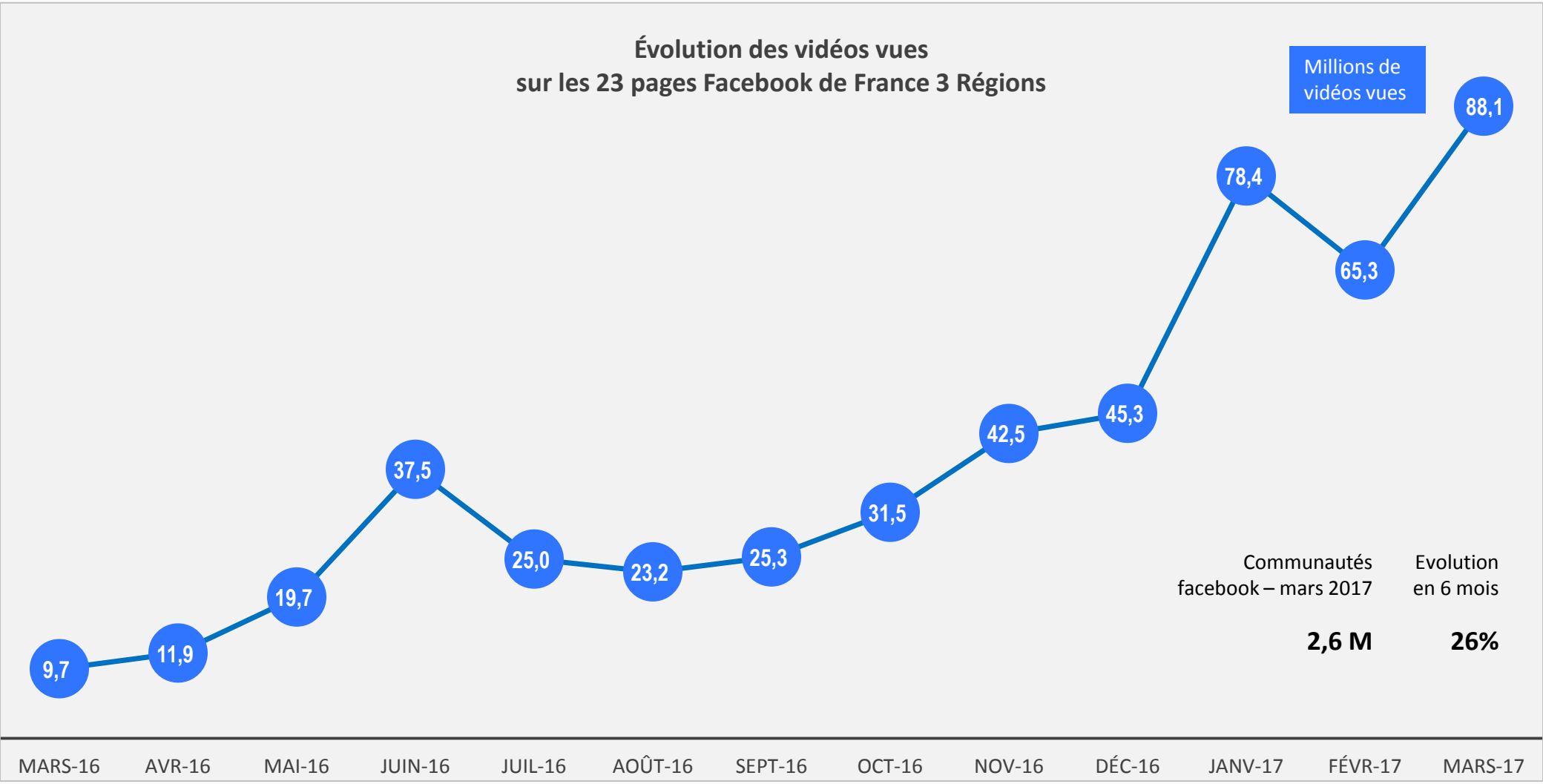
/ Audiences vidéo sur Facebook : évolution

Mars 2017

88 M de vidéos vues

+35% en 1 mois

X9 en 1 an

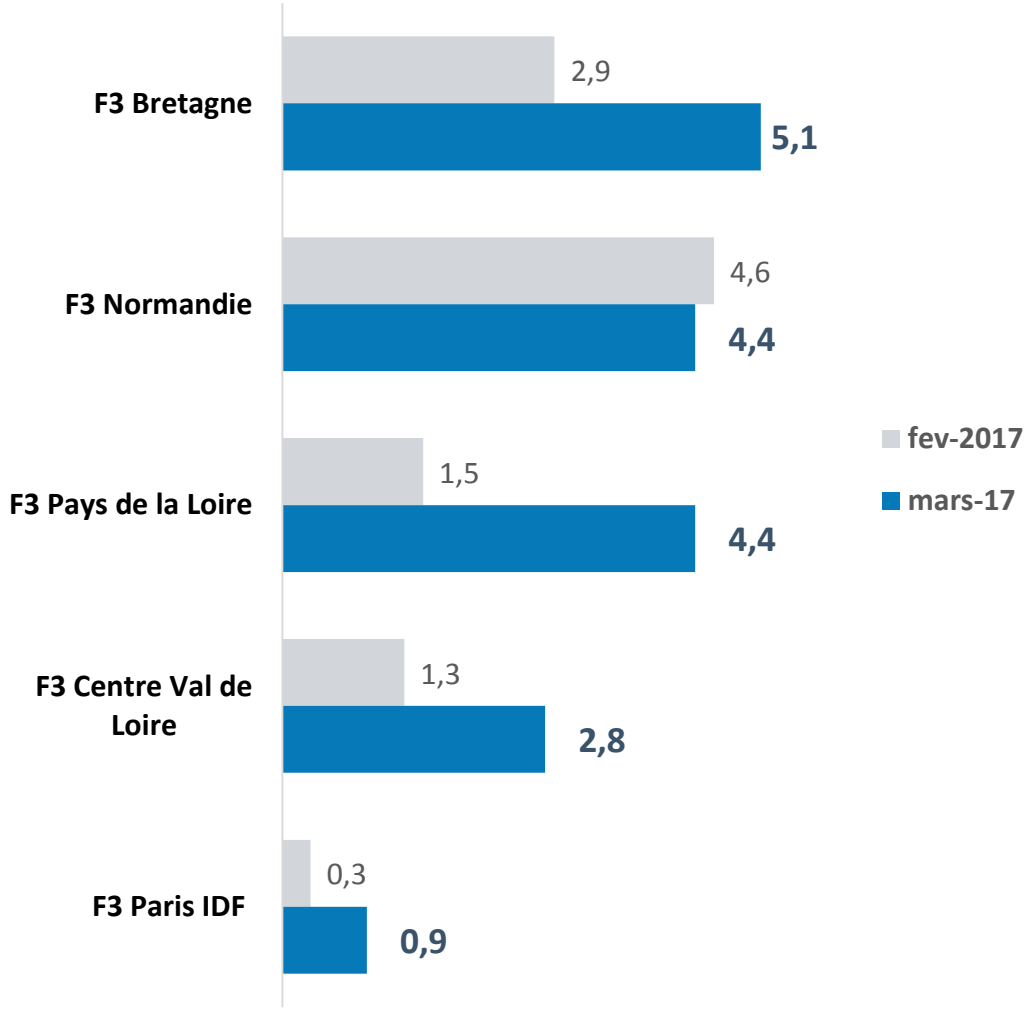


/ Vidéos facebook : focus sur l'ex-pôle Nord Ouest

Mars 2017

17,6 M de vidéos vues

+66% en 1 MOIS



	Communautés facebook – mars 2017	Evolution en 6 mois
F3 Bretagne	196 338	17%
F3 Normandie	312 648	16%
F3 Pays de la Loire	127 790	23%
F3 Centre Val de Loire	40 759	89%
F3 Paris IDF	46 237	50%

/ Top des vidéos les plus vues sur Facebook

6,1 M

dont 1M sur la page de F3 Aquitaine et 5,1M via le crosspostage (notamment F3 Midi-Pyrénées avec 2,1M et F3 Pays de la Loire avec 0,5M)

Aquitaine
(2 publications + 26 crosspostages)
La recette pour réaliser un piège à frelons asiatiques soi-même

recette d'un succès : Vidéo crosspostée 26 fois + bien éditée (sur et sous-titrage) + tuto façon « DIY »
audience principale : Tous les sexes et tous les âges

2,8 M

dont 1,5M via le crosspostage

Centre-Val-de-Loire
(1 publication + 20 crosspostages)
L'histoire d'un ébéniste à la retraite fabriquant un modèle de 2 CV en bois

recette d'un succès : Vidéo crosspostée 20 fois + bien éditée (sur et sous-titrage) + œuvre artisanale qui impressionne
audience principale : Hommes (69%), tous les âges

2,5 M

dont 70K via le crosspostage de Franceinfo video et 27K via France 3

Provence-Alpes
(1 publication + 2 crosspostages)
Interdiction de vol pour l'homme volant de Marseille

recette d'un succès : exclusivité France 3 + personne aux exploits médiatisés + vidéo virale dès la 1ère journée
audience principale : Hommes (77%), 25-34 ans

2,2 M

dont 0,3M via le crosspostage de F3 Nord Pas-de-Calais

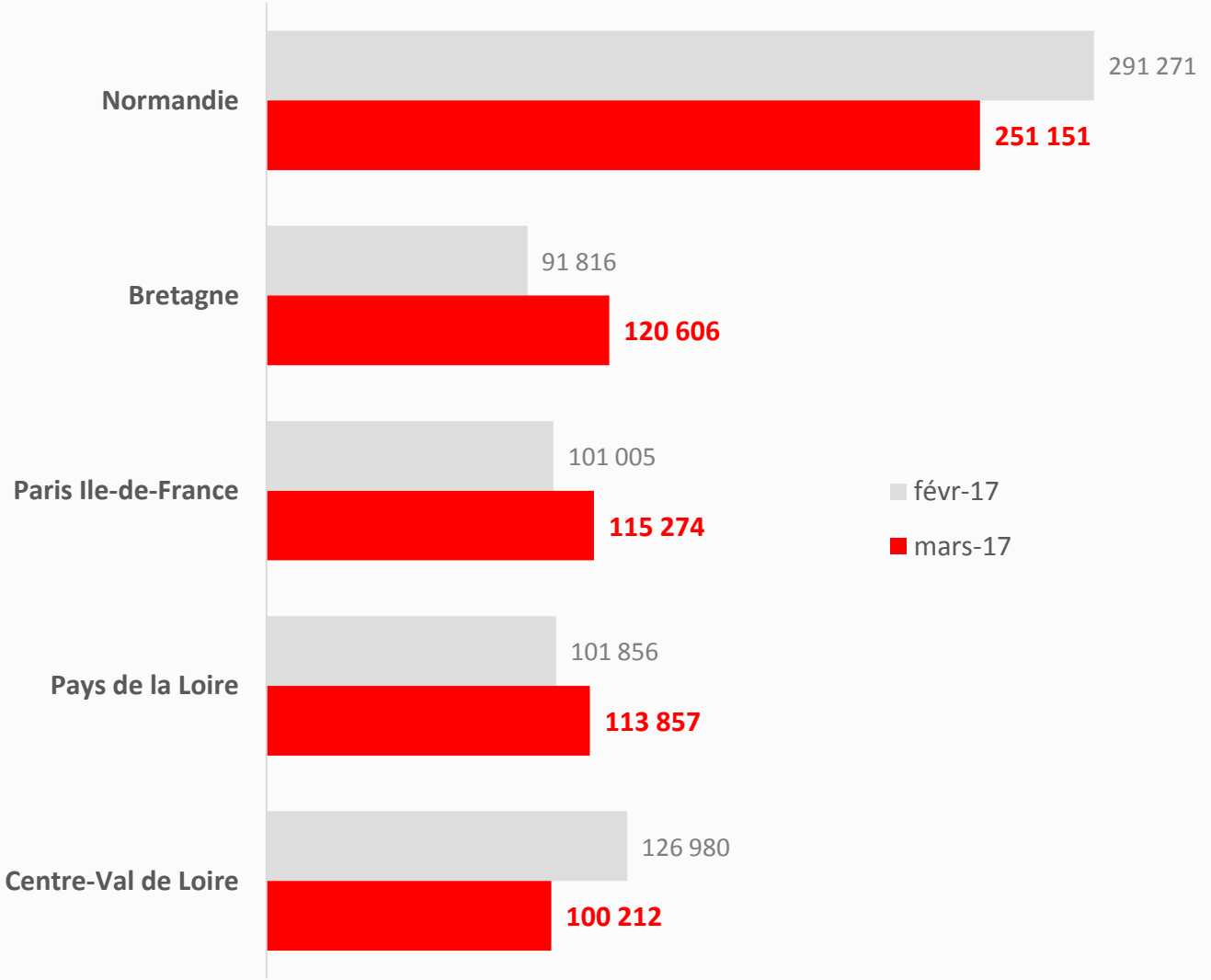
Picardie
(1 publication + 1 crosspostage)
Encombrants rendus à son propriétaire à Ham

recette d'un succès : situation légère qui a suscité beaucoup de réactions
audience principale : Hommes, tous les âges

/ Vidéos YouTube : focus sur l'ex pôle Nord Ouest

Mars 2017

700 000 vidéos vues



Source : YouTube Analytics