

## Comité de groupe du 8 juin 2018

# Les grandes lignes de la réforme de l'audiovisuel public... Et après ?

Stratégie–Economie–Social. C'est parce que toute entreprise doit reposer sur ces trois piliers que la CGT avait ainsi titré son Livre Blanc pour France 3 il y a quelques années.

Or ce lundi 4 juin, sous les lambris dorés de la rue de Valois, si la ministre de la culture a dessiné à très grands traits son orientation stratégique pour l'audiovisuel public (transformation en média global, affichage du triplement des programmes régionaux de France 3, investissement dans les plateformes numériques), elle n'a pas livré le moindre chiffre pour financer cet effort ni évoqué à aucun moment les conditions sociales de son projet.

Les seules annonces concrètes portaient sur la réduction du nombre de chaînes du plus petit bouquet public d'Europe, le transfert de France 4 sur le web qui est la chronique d'une mort annoncée et la mise entre parenthèses de France Ô dont le sort serait bizarrement remis entre les mains des élus locaux.

En réalité, la seule certitude financière concerne les producteurs privés dont le chiffre d'affaires de 560 M€ par an se trouverait ainsi sanctuarisé. On notera que ces mêmes producteurs privés, dont les intérêts sont ardemment défendus par la vice-présidente de la commission des affaires culturelles de l'Assemblée Nationale (elle-même productrice privée), ne se sentent pourtant jamais assez rassasiés.

Le rapport "explosif" et entièrement à charge produit sur le modèle social de FTV par Mme Frédérique Dumas et un groupe de députés,

dénonce pêle-mêle les surcoûts de notre fabrication interne, la gabegie des salaires, les sureffectifs dans l'encadrement et le risque de catastrophe industrielle que comporterait le feuilleton de Vendargues... rien que ça !

Pour la CGT, il est temps de « changer de paradigme », comme on dit, et de donner enfin à France Télévisions l'autorisation de produire et de fabriquer ses programmes en interne, avec ses personnels et leur savoir-faire, d'en être propriétaire et de les valoriser avec ses filiales MFP et FTD, comme cela se pratique chez nos voisins de la BBC qui ont visiblement bien survécu aux risques de « catastrophes industrielles »...

Ce comité de groupe du 8 juin va nous donner l'occasion de commencer à débattre de ces différentes annonces ministérielles, à l'échelon du groupe, et d'évoquer la question du financement de France Télévisions puisqu'il s'agit de nos filiales commerciales.

Nous avons été nombreux à nous étonner d'entendre la présidente de France Télévisions affirmer que nos ressources allaient inéluctablement diminuer et que l'investissement massif qu'elle envisage ne pourrait se faire que par réallocation de moyens. Où est donc passée la Delphine Ernotte qui demandait avec raison, lors de son arrivée à la tête de FTV, « fromage et dessert »?

Au rayon « fromage », l'indispensable élargissement de l'assiette de la redevance encore et toujours assise sur la détention d'un antique poste de télévision et dont le niveau actuel doit se situer entre celui la Slovénie et celle de la Croatie.

Au rayon « dessert », le retour encadré de nouveaux espaces publicitaire après 20h, à l'heure où les enfants sont couchés et ne risquent plus d'être frappés par l'obésité...

À ce propos la CGT note avec intérêt la stratégie de FTP visant à communiquer sur les valeurs de la marque FTV et ses choix de différenciation qualitatifs. Nous bataillons depuis longtemps pour une approche innovante de la communication publicitaire, visant à élaborer une labellisation de service public pour les marques que pourraient valoriser nos antennes.

Image de la femme, enjeux sociétaux et environnementaux, qualité nutritive des pro-

duits vantés, responsabilité sociale ... Des messages forts que le service public pourrait utilement véhiculer sur ses chaînes premium à des heures de grande écoute, tout en en tirant des ressources conséquentes pour financer des programmes de qualité...

Des pistes existent pour refonder un modèle économique terriblement malmené depuis la réforme Sarkozy de 2010, et disposer d'un panachage dynamique des ressources qui rendraient un peu plus crédibles les belles envolées lyrico-digiales de notre ministre de la culture sur la vocation universelle du service public...

Paris, le 8 juin 2018