

Compte-rendu du Comité de groupe du 8 juin 2018

Présent-e-s pour la direction : **Delphine Ernotte, Takis Candilis, Francis Donnat, Christian Vion, Arnaud Lesaunier, Stéphane Chevallier, Céline Le Moigne-Schreiber.**

Présent-e-s pour la CGT : **Marc Chauvelot** (secrétaire, Siège), **Michela Law** (Siège), **Julien Debry**, (MFP), **Pierre Mouchel** (Bordeaux), **Chantal Fremy** (Toulouse).

Représentante syndicale : **Véronique Marchand** (Lille).

Expert SECAFI du comité de groupe : **Jacques Denoyelle.**

Situation générale du groupe France		
Télévisions	1	
Stratégie d'antennes et de programmes (numérique, sport, politique, fiction, co- productions, SVOD)	3	
Présentation du rapport de l'expert pour l'analyse des comptes 2017	3	
Pilotage des projets à risque et des transformations	3	
		Gestion de la transformation sur le digital et gestion des tensions sociales
		4
		Point d'étape sur l'activité des filiales FTP,
		FTD, MFP
		4
		FTP
		4
		FTD
		4
		MFP
		4

Situation générale du groupe France Télévisions

Première instance à se réunir après les annonces sur la réforme au ministère de la Culture, le comité de groupe du 8 juin a permis de préciser certaines orientations de la réforme voulue par la tutelle, sans toutefois éclairer la question déterminante des moyens financiers et humains. La direction a exposé le plan de transformation qu'elle avait déjà présenté à son « top management » le 4 juin 2018. L'ambition serait de devenir « *un media moderne qui porte les valeurs de service public et qui rende chaque citoyen plus libre et plus éclairé* » (sic).

- Education, citoyenneté et émancipation, tourner l'offre vers les jeunes ;
- Proximité, diversité et cohésion sociale, renforcer les médias des territoires ;
- Information, média de référence et lutte contre les fake news. Donner des clés de compréhension de l'actualité face au risque de manipulation de l'information ;

- Europe, création et rayonnement. Faire rayonner la création et favoriser la coopération inter-entreprises ;
- Digital first. Adapter l'offre, l'entreprise et les métiers aux nouveaux usages et aux nouvelles technologies sans plaquer le modèle linéarisé.

Beaucoup d'ambitions, peut-être, mais aucune précision sur les moyens. La patronne explique que même si elle se bat contre la baisse des ressources publiques, elle sait que ce sera le cas et qu'il va falloir « *faire plus avec moins* ».

Calendrier de la réforme :

- De juin à fin septembre : mobilisation de l'entreprise, équipe projet, rencontre des salariés et des IRP ;
- De septembre à novembre: comité d'experts et consultation citoyenne sur le projet de nouvelle offre ;

- De 2019 à 2022 : déploiement du média global des territoires et du nouveau bouquet de chaînes...

A la CGT qui souligne que ce calendrier correspond à celui du PAP 2022 (le gouvernement veut réaliser 60 Milliards d'économies sur l'action publique en France, tous ministères confondus), Delphine Ernotte répond que « *le ministère de la Culture a été sorti du PAP 2022. L'Etat décide des axes stratégiques, mais c'est l'entreprise qui décide de la mise en œuvre. Les finances c'est eux, les contenus c'est nous.* »

La CGT fait remarquer que lors de son intervention, la ministre de la Culture a zappé le divertissement dans le triptyque du service public « informer-éduquer-distraire ». Le divertissement (jeux, variétés) fait pourtant partie de nos missions. La patronne approuve mais parle plutôt de différenciation d'avec le privé.

Par ailleurs la CGT invite à la prudence lors de la bascule au tout numérique. Les téléspectateurs de télévision « traditionnelle » sont encore très nombreux et il ne faut pas négliger la fracture numérique qui concerne une partie de la population, en particulier dans les classes populaires. Nous ne sommes pas tous des « digital natives », et encore moins les plus défavorisés d'entre nous.

La CGT s'étonne également du silence de l'Etat actionnaire sur le futur modèle économique de FTV. Renvoyer à plus tard le débat sur l'élargissement de l'assiette de la redevance est dilatoire. Après la suppression de la pub par Sarkozy en 2008, les coupes budgétaires de Hollande en 2012, Macron innove en exigeant de l'audiovisuel public des économies considérables mais sans chiffrer le montant. Effet garanti pour déstabiliser l'entreprise et ses salariés. Mme Ernotte reconnaît le flou mais estime qu'on devrait y voir plus clair à la mi-juillet avec le projet de loi de finances 2019.

La CGT fait aussi part de l'inquiétude naturelle des salariés de France 4 et de France Ô dont les antennes sont remises en question. Pour France 4 la décision a été prise dit Mme Ernotte (visiblement pas la sienne), et elle ne pense pas qu'on reviendra dessus. Pour France Ô, c'est le comité Tessier/Giordano qui entendra toutes les parties prenantes pour décider de son avenir.

La fin de France 4 va-t-elle entraîner un transfert des programmes jeunesse sur France 2 avec en conséquence une perte de revenus publicitaires (la Loi Gattolin supprimant la pub autour des programmes jeunesse) ? La Présidente reconnaît que c'est un problème mais que rien n'est décidé pour l'instant.

Enfin, pour dégager du budget (100 M€) pour le numérique, la direction compte « *déplacer des coûts des programmes* ». « *On peut fabriquer du mobile first puis rediffuser sur les antennes* » dit-elle, en prenant l'exemple de *Skam*. La CGT propose que la filière puisse fabriquer une partie de la dizaine de webséries produites pour FTVEN. La direction considère que pour l'instant on ne sait pas faire, mais qu'« *il faut profiter de cette occasion pour apprendre à fabriquer ce genre de produits* ».

A propos des compétences complémentaires, la DRH estimant que ce terme n'est pas compris à l'extérieur de l'entreprise, elle décide donc de le remplacer par celui de polycompétence. Elle veut renégocier l'accord collectif pour définir les nouveaux métiers du numérique. La CGT se remémore ses propositions datant de... 2010 visant à faire ce travail afin de préparer l'avenir, ce dont la direction n'avait pas voulu entendre parler à l'époque. Par ailleurs la CGT rappelle qu'un accord GPEC a été signé le 2 juin 2017 et que « *repérer les métiers qui nous manquent et ceux qui sont en décroissance* » relève précisément de l'application de cet accord !

Sur les projets associant les autres partenaires de l'audiovisuel public, la Présidente précise qu'il faudra les décider ensemble, que certains chantiers (média globaux régionaux) prendront du temps. La CGT insiste sur la nécessité d'une pluralité de points de vue dans l'information.

La CGT revient sur la problématique de la détention des droits des œuvres. La ministre a évoqué la nécessité pour les chaînes de pouvoir valoriser leurs actifs en disposant de catalogues. Quelles perspectives d'évolution à ce sujet ? Mme Ernotte renvoie au débat qui aura lieu en 2019 sur la Loi de 1986. Pour elle, il est insupportable qu'une fiction coproduite en Europe avec FTV puisse être détenue par nos partenaires européens mais pas par FTV !

Coté social, le DRH expose son agenda : renouvellement des instances à l'automne, puis engagement d'une réflexion sur l'évolution de

notre modèle social. La direction veut définir un socle commun de pratiques managériales avec pour objectif de passer d'une logique de mana-

gement hiérarchique à une logique d'animation de collectif. La CGT attend de voir...

Stratégie d'antennes et de programmes (numérique, sport, politique, fiction, co-productions, SVOD)

La direction veut revenir à une organisation transversale avec des directions par genres : info/sports, fiction, documentaire, magazine, divertissement et jeux, développement culturel et spectacle vivant, jeunesse et éducation. Elle envisage la suppression des directeurs de chaînes... C'est le retour à l'organisation Carolis/Duhamel de 2010.

On passerait d'une logique de chaînes autonomes à une logique de création globale de contenus qui viendraient alimenter des antennes nationales, linéaires ou numériques, en fonction de leur ligne éditoriale. C'est Takis Candilis (directeur délégué à l'antenne et aux programmes) qui va piloter cette grande réorganisation.

La direction envisage un dispositif de consultation étalé dans le temps, avec un accord cadre, des ateliers et groupes de travail, pour une mise en œuvre à partir de janvier 2019.

La CGT n'a pas oublié la déstabilisation générée par ce modèle en 2009 avec la centralisation et le fonctionnement horizontal, puis le retour en 2010 à un fonctionnement plus vertical avant de revenir en 2013 à un pilotage centralisé des antennes nationales avec la création de la direction générale déléguée aux antennes et aux programmes...

La direction assure qu'elle ne s'inscrira pas dans un nouveau big bang. Il n'empêche. Voilà le 5^{ème} schéma d'organisation que l'entreprise va connaître en l'espace de 10 ans. Un tous les deux ans en moyenne... Ces attermoissements entre modèle vertical et horizontal ne sont pas sans conséquences sur les risques psychosociaux pour des salariés qui perdent leurs repères et ne s'y retrouvent plus. Les chaînes, leur identité, leur histoire, ne sont pas à négliger.

Présentation du rapport de l'expert pour l'analyse des comptes 2017

Pilotage des projets à risque et des transformations

2017 est la dernière année où l'actionnaire aura respecté ses engagements en termes de recettes publiques. Le résultat est en excédent malgré un débord des prévisions (info nationale sur la couverture élections), mais ce qui frappe, c'est que le résultat reste très fragile. C'est le fruit de plusieurs années d'économies. Il y a eu des gains de productivité à organisation constante, une renégociation de contrats, de bons résultats numériques, quelques événements exceptionnels et du décalage de projets. Et les congés payés deviennent un élément de pilotage des résultats.

Pour l'expert du Comité de Groupe, la question des moyens peut être un problème pour le pilotage de la transformation car il est très difficile

de piloter des projets à risques avec l'objectif d'un résultat financier net quand on est à peine en résultat positif. Certains paris seront difficiles à financer.

Quels gains de productivité sont encore disponibles? Pour l'expert, ils sont extrêmement modestes. De même, le non renouvellement d'un départ sur deux n'est pas tenable parce que FTV n'a supprimé aucune de ses missions. Il s'interroge sur ce qui a présidé au choix d'une nouvelle organisation avec entrée par genre. La réduction des coûts prime-t-elle ou s'agit-il de mettre en place une meilleure mutualisation et un pilotage des contenus pour une diffusion tous supports ?

L'expert souligne le succès de la plateforme *Franceinfo*, mais estime que pour l'approche digitale globale c'est tout autre chose. Il évoque les grandes questions de demain :

- la gestion des data pour offrir une expérience personnalisée aux internautes ;
- la géolocalisation des contenus ;
- la publicité autoportée.

Gestion de la transformation sur le digital et gestion des tensions sociales

Le passage au tout numérique demande un accompagnement de très haut niveau : bouleversement des organisations, nouvelles méthodes d'acculturation, transformation des approches managériales, etc. Ce sont de très gros chantiers qui renvoient à la question des moyens sur plusieurs années. Selon l'expert, il faut y consacrer 2 à 3% des ETP, c'est ce qui se pratique dans d'autres entreprises.

La direction a souligné la qualité du rapport Secafi qu'elle partage en grande partie et précisé qu'à chaque budget la direction prévoyait un excédent de quelques millions, relativement modeste au regard du chiffre d'affaires du groupe. Il y a eu effectivement des effets d'aubaine qui ne sont pas forcément reproductibles mais ces gains ont permis de renforcer l'offre de programmes.

La direction a expliqué que l'exécution du budget 2018 serait encore plus tendue que celle de 2017. Selon le responsable des finances, « *l'équilibre est encore plus précaire mais on ne renonce pas pour autant à l'objectif d'avoir un résultat équilibré en 2018. Dans nos échanges avec l'Etat actionnaire, l'équilibre de 2017 nous a aidé.* »

Sur le numérique la direction estime effectivement qu'une bonne compréhension des attentes de nos publics est fondamentale et qu'on doit progresser.

Point d'étape sur l'activité des filiales FTP, FTD, MFP

FTP

L'année démarre plutôt bien selon la direction. Le marché est à +1,8% pour la télé dans un contexte où toutes les chaînes historiques sont en baisse. FTP surperforme à +3,5%. La régie FTP est bien installée comme le 3^e acteur avec 11% de parts de marché (grâce à l'affaiblissement de la régie de Canal). La direction est confiante pour les mois d'avril et mai.

La CGT pose la question de l'expérimentation de la publicité géolocalisée. La direction n'a pas encore de retour très précis mais pense qu'il y a un vrai sens. L'idée est d'aller encore plus loin que les décrochages régionaux car il y a de la valeur à communiquer en proximité.

FTD

Il y a deux activités à FTD, l'édition et la distribution. Le budget est en retard mais la direction ne s'inquiète pas : l'activité est irrégulière car saisonnière (spectacles en fin d'année notamment). La direction se dit confiante pour le résultat 2018, car il y a beaucoup de projets de développement à FTD.

Pour la CGT, le transfert de la Télématique de FTVEN à FTD aura surtout permis de sauver le chiffre d'affaires de FTD. On ne voit pas le dé-

veloppement annoncé. De plus, la direction a fait un recours hiérarchique contre la décision de l'inspection du travail qui s'est opposée au transfert d'un des salariés de la Télématique. La direction de FTV précise avoir demandé à FTD de remonter au groupe une marge supérieure pour prendre pleinement en compte le transfert de l'activité Télématique. La CGT dénonce la perte de la couverture conventionnelle des personnels de la Télématique transférés à FTD.

MFP

MFP assure deux activités, la prestation en sous titrage ou en audio description et la production.

A fin avril le chiffre d'affaires atteint 16,2M€. L'augmentation tient compte du début du tournage du futur feuilleton de France 2 et d'autres événements importants. Pour la direction, MFP est bien dans les rails. Une partie des équipes est mobilisée sur le feuilleton qui est économiquement parfaitement dans les clous. Quel est le coût réel du feuilleton ? Réponse lapidaire de la patronne : « *C'est le coût de Plus belle la vie moins la marge du producteur* ».

Les productions MFP battent des records depuis le début de l'année : *Maman a tort* (leader

2 soirs sur 3), *Alex Hugo, Candice Renoir*. Pour la direction, MFP est devenu un producteur solide notamment en fiction.

Pour ce qui concerne l'accessibilité, on note un recul du télétexte mais des projets de développement mobilisent bien les équipes.

La CGT a dénoncé le rapport Dumas, rédigé par un groupe de députés En Marche, entièrement à charge contre FTV, son outil de production, son modèle social, etc. De passage en région, Mme Dumas n'a cessé de répéter que le métier de FTV n'était pas de produire des programmes... Ah bon ?

Paris, le 11 juin 2018

Les élu-e-s CGT du Comité de groupe se tiennent à votre disposition