

CSE Malakoff du 20 juin 2019

Vos élu·e·s : Etaient présent·e·s, côté direction : Frédéric Ayangma, Sylvain Guidot, Catherine Sailles, Muriel Blanchard, Alain Rodaix, Rémi Festa, Fabrice Hochard, Dominique Pantostier et Jean-Christophe Hausseberg .
Emilie Monduc,
Sébastien Patient,
Alain Rosalie.

**Représentante
syndicale :**
Diane Koné

Point 1. **Adoption procès-verbal de la réunion du 27 mai 2019**

Reporté au prochain CSE

Point 2. **Point d'information sur la transformation de la rédaction**

Alain Rodaix, directeur de la rédaction, fait le point sur les projets en cours et ceux mis en place en septembre :

Dès la réunion du 28 juin une feuille de route sera donnée à la rédaction et aux personnels techniques impliqués, pour la rentrée de septembre. Il sera notamment question de répondre aux nombreuses interrogations sur le devenir de la rédaction avec la fermeture programmée de France Ô et le projet de visibilité des Outre-mer sur les chaînes nationales.

L'objectif reste le même : assurer notre rôle d'agence pour les stations 1ères en TV comme en radio.

La transformation de la rédaction se fera à effectif constant, mais le Directeur de l'information redoute qu'on ne puisse plus répondre de la même façon aux stations. Reste une incertitude sur les lieux de fabrication de certains produits (à Malakoff ou à France TV)

Lors du CSE du 11 juillet, il y aura une présentation des productions jusqu'à fin décembre 2019.

▲ Pour la TV :

- *Histoire d’Outre-mer* et *Investigations* seront maintenus jusqu’en décembre.
- le partenariat se poursuit avec la Chaîne Info : *Décryptage* sera remplacé par une nouvelle formule améliorée (et de fait, renommée) et de nouveaux rendez-vous sont en discussion par exemple 5 modules *Outre-mer en capitale*.
- Sur France 3, du lundi au vendredi : *LTOM* (en format réduit à 26 minutes) sera présenté par une journaliste de Malakoff, les 5 émissions seront enregistrées en batterie sur 3 jours (du lundi au mercredi). Un rendez-vous quotidien d’info sera fabriqué à Malakoff avec une ligne éditoriale fixée par le Pôle Outre-mer.

▲ Concernant la visibilité des Outre-mer sur les chaînes nationales :

Dominique Fossé, chargé de mission au siège, est en contact avec Info 1ère. Il passe systématiquement par Malakoff pour les demandes. La direction prévoit de renforcer l’équipe.

Dans le cadre de la Semaine « Cœur Outre-Mer » une journaliste de Malakoff participera au 13H de France 2. Deux moments forts : *Environnement* (lundi), *pouvoir d’achat dans les Outre-mer* (mercredi)

En juillet et août, 2 journalistes - une de Guyane et une de Malakoff - seront en immersion pour un mois à la rédaction de France 2.

▲ Pour la radio :

Les discussions pour les produits sont en cours avec les chaînes de Radio France (Bleu IdF, Inter, Info), RFI et les demandes des stations de radio 1ères.

Point 3. Point d’information sur la radio

Rémi Festa, directeur de la radio, indique que dans un contexte financier contraint, l’objectif prioritaire reste de répondre aux demandes des stations. Ne sont maintenues que les émissions trouvant leur place dans le plus grand nombre. En conséquence :

- Maintien de *Matin 1ère*, *Francosphère*, *Comment ça s’écrit*, *Tendance Conso*, *Planiète Outre-Mer*.
- *Qu’est-ce qu’on mange ?* En discussion.
- Arrêt de *Plein Soleil*, *Les ficelles de l’emploi*, *Kréyol Jazz*.

Des projets sont actuellement en développement notamment une rubrique sur le bien-être et une autre sur les musiques urbaines.

Le partenariat avec France tv devrait se poursuivre pour la fabrication de podcasts, avec un nouveau projet pour France 5.

La Base Musicale Partagée pourrait disparaître ; n’étant plus approvisionnée par Malakoff depuis des mois, les stations ont trouvé d’autres moyens d’alimenter leurs propres bases.

Point 4. **Point sur les chantiers numériques**

Fabrice Hochard, responsable de la mission numérique, a fait un nouveau point d'étape :

10 chantiers ont été lancés depuis le mois d'avril. Après plusieurs réunions et ateliers, on entre dans la phase de mise en œuvre concrète :

▲ **Au niveau éditorial**, 3 thématiques ont été retenues : Patrimoine, Environnement, et Musique pour alimenter 3 univers :

- « En direct » des outre-mer, formats courts.
- « Décryptage », formats longs, thématiques intemporelles.
- « Grands univers », affinitaires – communauté construite autour de centres d'intérêts communs -.

La mobilisation des salariés de Malakoff est forte, environ une cinquantaine de salariés, et l'intégration des stations devrait suivre en particulier sur le chantier « environnement ».

Malakoff doit pouvoir assurer les sujets relatifs à l'Outre-mer « de l'Hexagone ».

▲ **Le chantier Marque** (nom pour le portail) va être lancé. La direction a retenu la même société qui a travaillé avec France 4 et s'appuiera sur 3 pistes d'étude

- Une marque à partir de la 1ere
- Une à partir de France Ô ou de Ô
- Une autre complètement différente.

Les propositions seront adressées à la DGDAP, une étude sera ensuite lancée auprès du public au mois de septembre.

Fabrice Hochard pense que la préférence pourrait être de partir des « 1ere »

▲ **Le chantier Produit** : L'instance dirigée par Christian Vion doit étudier et valider le budget pour le développement du portail cette semaine, un budget significatif, on parle de plusieurs centaines de milliers d'Euros. Il s'agit d'une première enveloppe qui sera redimensionnée les prochaines années.

La direction numérique débute le recrutement des profils pour gérer le développement des projets.

▲ **Le chantier Visibilité** (stratégie des publics) : l'indicateur retenu est celui du nombre de visites sur le portail (plutôt que le nombre de visionnages). La direction du pôle vise une multiple exposition : les plateformes nationales - les replays des 1eres seront dans France.tv début 2020 – et la plateforme jeunesse Slash (en discussion).

- ▲ **Le chantier Juridique** : relatif aux droits d'exposition sur la plate-forme numérique. Le pôle Outre-mer bénéficie des accords négociés au central (30 à 36 mois)
- ▲ **Le chantier Business plan** : Une maquette pour bien visualiser les budgets des contenus produits par la tv, la radio, le web pour la plate-forme.
- ▲ **Le chantier Distribution** : Comment rendre visible l'offre numérique sur les « box » et via les opérateurs téléphoniques probablement sur France.tv. Deux axes sont étudiés : Outre-mer et national.

L'organisation du travail

- ▲ **Chantier d'accompagnement du salarié** : on identifiera ce qui relève des compétences complémentaires, pour le salarié qui travaille occasionnellement sur le numérique, et ce qui relève des nouveaux métiers à exercer - autour de la réalisation entre autre.

La formation globale des salariés est en préparation : l'augmentation du budget de formation est confirmé, et en particulier lancement des formations numériques.

Un projet d'accord est en cours de finalisation, le calendrier de négociation avec les Organisations Syndicales est en cours d'élaboration.

Point 5. ETP 2019

La situation de l'emploi sera présentée lors du prochain CSE du 11 juillet et le bilan social en septembre. Tous ces points devront être traités préalablement par la Commission Emploi.

Point 6. Plan de charge 2019

Le président de l'instance indique en préambule que sur cette année particulière le plan de charge n'est pas en correspondance avec l'activité. Dès septembre on aura une vision plus précise secteur par secteur concernant l'info, le numérique et la fabrication des contenus.

Point 7. Réclamations individuelles et collectives

Les éléments de réponse de la direction sont inscrits [en bleu](#).

1. Certains utilisateurs ou utilisatrices du logiciel Concur ont touché une prime lors de sa mise en application (Siège et France 3 régions).

Qu'en est-il pour Malakoff où personne n'a rien touché ?

Une personne de Malakoff (la référente) touchera la prime dans la paye du mois de juin

2. Les boîtes aux lettres dans le hall d'entrée ne sont toujours pas opérationnelles. Elles restent constamment ouvertes à n'importe qui. Quand seront protégées ces boîtes aux lettres ?

Elles seront mises en service la semaine prochaine

3. Les CDD dits "réguliers" sont prioritaires à l'emploi et au recrutement dans l'entreprise. Cette priorité ne s'exerce-t-elle pas sur l'ensemble du groupe ? Aussi, est-ce envisageable que les précaires historiques puissent travailler sur d'autres sites que celui de Malakoff dans un futur proche qui s'assombrit... ? Si oui, comment faire ? À qui s'adresser ?

Rien n'a jamais empêché aux collaborateurs non-permanents de postuler et de travailler sur d'autres sites. Lors d'un entretien d'embauche il sera précisé au recruteur que le candidat est prioritaire

4. La directrice artistique de France Ô et des 1ères a annoncé son départ pour la direction artistique de France 5 à ses équipes le 4/02/2019. Qu'en est-il vraiment ? Depuis cette annonce rien n'a été précisé aux équipes sur le calendrier à venir et sur les changements d'organisations à venir.

La directrice artistique de France Ô est présente à ce jour sur le site de Malakoff, pour le moment rien n'a changé. Même en cas de départ cela n'induirait pas forcément des changements d'organisation.

5. Depuis plusieurs mois la directrice artistique délègue la validation des bandes annonces aux responsables de fabrication et d'autopromotion. Les responsables de fabrication d'autopromotion ont-elles les compétences exigées sur la fiche de poste ?

Notamment :

- Techniques d'habillage et d'autopromotion ;
- Traitements artistique et esthétique ;
- Encadrement d'équipes ;
- Gestion de situations complexes ;
- Méthodes d'organisation collectives ;
- Conception éditoriale des programmes.

Si non, est-il prévu qu'elles soient formées ?

La validation des bandes annonces relève du poste du responsable d'auto promotion.

De plus la directrice refuse de répondre à la deuxième partie de question parce qu'elle la juge calomnieuse

6. Pour la réalisation d'un clip de promotion des programmes de l'été sur les 1ère, c'est un réalisateur en CDI à temps partiel à Canal + qui a été planifié pendant deux semaines de montage à Centreville (du 3 au 7 juin puis du 10 au 14 juin).

N'y avait-il aucun réalisateur d'habillage et d'autopromotion de France Ô ou d'Outre-mer 1ère disponible à Malakoff, ni aucune salle de libre ?

N'est-il pas prévu dans l'accord FTV que les réalisateurs d'habillage et d'autopromotion en CDI à Malakoff sont prioritaires sur ces missions ?

Quelle est la légitimité d'un réalisateur de Canal + pour réaliser ces clips ?

N'y avait-il aucun réalisateur d'habillage et d'autopromotion de France Ô ou d'Outre-mer 1ère disponible à Malakoff, ni aucune salle de libre ?

N'est-il pas prévu dans l'accord FTV que les réalisateurs d'habillage et d'autopromotion en CDI à Malakoff sont prioritaires sur ces missions ?

Quelle est la légitimité d'un réalisateur de Canal + pour réaliser ces clips ?

Il ne s'agit ni d'un clip, ni de promotion de programme, ni pour l'été. Il s'agit d'une demande exceptionnelle, c'est un projet du groupe. Les moyens du groupe sont confiés à la direction artistique. Les personnes ont été choisies suite à leur connaissance des outre-mer. Ce sont des intermittents, ils ne sont pas en contrat avec Canal.

Paris, le 24 juin 2019