

#4

Réunion du 13 janvier 2022

Présents : Karine Cévaër, Hervé Colosio, Amélie Douay, Emeline Droxler, Bruno Espalieu, Myriam Figureau, Jean-Hervé Guilcher (secrétaire de la CASAR), Claire Lacroix, Laurent Maas, Béatrice Mariani, Olivier Mélinand.

Pour la direction : Samuel Bignon (DRH du réseau France 3), Rafaële Bourcier (Pôle conseil et accompagnement de FTV), Marie-Laurence Ferracci (chargée de mission au Secrétariat général du réseau France 3), Fabrice Goll (directeur du sport régional), Frédérique-Marie Lamouret (directrice du numérique régional), Estelle Laurent (coordinatrice de la production de NoA), Laurent Le Mouillour (délégué antennes et contenus de France 3 Bretagne), Encarna Marquez (directrice du numérique de FTV), Philippe Martinetti (président de la CASAR), Jacques Paté (délégué à la coordination des antennes régionales), Christophe Poullain (adjoint à la directrice de l'info régionale), Xavier Riboulet (directeur du projet Proximité), Isabelle Staes (directrice de l'information régionale), Delphine Vialanet (directrice par intérim de France 3 Nouvelle-Aquitaine).

Fonctionnement de la CASAR

Les représentants du personnel ont réaffirmé la nécessité d'aborder, de manière transparente, la question des moyens au sein de la CASAR.

Afin de permettre des échanges constructifs et argumentés, les membres de la commission doivent pouvoir disposer des tableaux de potentiel par antenne, afin d'évaluer les arbitrages en termes de moyens, la charge de travail, les éventuels potentiels.

Les représentants du personnel rappellent que l'accord de méthode du 25 juin 2021 confie à la CASAR un rôle d'anticipation et de prévention des risques professionnels, ce qui implique de disposer des éléments chiffrés permettant de les appréhender.

Programmation et production des deux régions test

Sur le papier, deux régions devaient, en éclaireurs, tester la régionalisation de nouveaux créneaux : une grande région (Nouvelle-Aquitaine) et une région mono-antenne (la Bretagne).

Dans un premier temps, la Nouvelle-Aquitaine avait envisagé de lancer des programmes sur l'après-midi (14-15h), mais elle y a rapidement renoncé, faute de moyens, pour s'orienter vers des diffusions le samedi et le dimanche après-midi.

Les deux régions sont sur cette approche et deux créneaux sont désormais privilégiés pour les décrochages régionaux, le samedi à 15h15, en plus du créneau du dimanche 15h15, déjà utilisé depuis un an pour des captations sportives.

Jacques Pâté précise que c'est le résultat d'une négociation, en parallèle, entre la direction du Réseau et la direction des antennes et des programmes, afin que les régions puissent décrocher facilement sur le 15h15 le week-end, autour d'événements ayant trait à la culture, au sport, au patrimoine. L'idée est d'y diffuser des magazines coproduits ou d'y faire des PAE.

Actuellement, l'antenne nationale diffuse à cette heure-là deux numéros des *Carnets de Julie* (un inédit suivi d'une rediff), en alternance avec *Ma vie d'après* (un inédit + une rediff).

Selon les études, le public présent à cette heure-là est âgé (en moyenne 68 ans) et compte moins de 3% d'actifs. La moyenne d'audience sur la case au niveau national est de 780 000 téléspectateurs (7,3% de PDA). Actuellement, la Nouvelle-Aquitaine fait un meilleur score moyen (7,8% pour 90 000 téléspectateurs) alors que la Bretagne est en dessous (5,3% pour 26 000 téléspectateurs).

La direction artistique travaille sur l'habillage de ces décrochages spéciaux qui s'appelleront *Week-end Bretagne* ou *Week-end Nouvelle-Aquitaine*.

La coordination des antennes régionales (CAR) dispose d'une enveloppe de 2,2 M€ destinée à abonder le financement de telle ou telle opération, sur demande des délégués antennes et contenus (DAC) ou des administrateurs, sur décision d'un comité de lecture¹. La somme peut aller de 5000 € (petite PAE de sport) à 50 000 € (collection documentaire) selon les projets. Les porteurs des projets à financer doivent présenter leur objectif éditorial, sa durée, les moyens techniques retenus, les innovations mises en œuvre et les impacts attendus en termes d'audience.

Côté sémantique, on notera que les choses ont évolué : on ne parle plus de régionalisation mais du projet « Proximité ». Le Diable se loge dans les détails et on notera ce que ce terme a de moins engageant qu'une démarche de régionalisation.

Un 1^{er} bilan des deux régions test doit être fait au début de l'été.

Nouvelle Aquitaine

La directrice régionale par intérim présente les programmations à venir à la façon d'une conférence de presse de rentrée. Les élus regrettent, une fois de plus, que le document ne présente pas les informations organisationnelles et économiques (moyens, coûts, etc.).

¹ Le comité de lecture est actuellement composé de Claire Combes, Stéphanie Faure-Crezé (programmation régionale), Olivier Daube, Caroline Laub (administratrice du Réseau), parfois Philippe Martinetti. Xavier Riboulet devrait rejoindre ce comité.

La programmation du samedi, qui doit démarrer en février, tourne autour de quelques PAE (Opéra, salon de l'agriculture), de rediffusions de magazines produits par NoA ou par l'antenne régionale (émission maritime NoA sur Mer, émission sur la culture du surf Olotua) et d'émissions fabriquées par le privé (*Popex*, émission tournée avec les codes des jeune ou *Décalage horaire*, autour des Néo-aquitains expatriés).

Le dimanche, des diffusions sportives (Jumping de Bordeaux, rugby, natation), avec une longueur d'avance sur les autres régions, grâce à la représentation du sport handicapé, par exemple (natation, tennis de table en prévision).

Par effet de ricochet, le samedi matin, en lieu et place d'Inatua et de Noa sur Mer, diffusion d'In Flu, un magazine sur l'Europe en langue régionale, ainsi que des magazines de découvertes (sans plus de précision).

Bretagne

Le délégué aux antennes et contenus de France 3 Bretagne présente les axes de la programmation qui ciblent, là encore, les créneaux de 15h15 le week-end, autour de la culture et du sport (épreuves cyclistes, les Gras de Douarnenez (carnaval), manifestations liées à la culture bretonne ou patrimoniales, etc.). Là encore la programmation de la case alterne entre les diffusions et rediffusions de l'émission musicale coproduite *Aber Road* et de PAE.

En termes de fabrication, si la plupart des PAE doivent être fabriquées en interne ou avec les moyens de la Fabrique, l'émission *Aber Road* est fabriquée avec des moyens privés (Bleu Iroise Arsenal) et de la Fabrique. Un seul OPS de l'antenne y est associé.

Le DAC évoque une nouvelle offre de moyens techniques, évolutifs, présentée par la Fabrique. Les élus en demanderont la présentation lors d'une prochaine commission.

Remarques des élus

Les élus notent que l'objectif affiché de faire une PAE par mois représente un grand retour en arrière, puisque ce fut l'objectif mis en avant, il y a une dizaine d'années, pour justifier la suppression d'un certain nombre d'émissions régulières. Présenter de nouveau cet objectif comme une des avancées de la « Proximité » illustre à quel point les régions ont perdu sur la période.

La difficulté est accrue par le fait que, désormais, les régions ne disposent plus des moyens techniques qui permettaient à l'époque de fabriquer une large palette d'émissions. Le matériel a été laissé en obsolescence ou il a été remplacé par des moyens de mauvaise qualité (exemple, les HF).

Les élus dénoncent le fait que le réseau régional soit équipé de matériel de moins bonne qualité qu'au national.

Concernant les PAE, où l'on scrute l'audience régionale par rapport à celle des cases que l'on occulte, les élus demandent qu'on puisse comparer les moyens mis en œuvre, en plus de

l'audience. Car il serait inacceptable de reprocher aux régions des audiences décevantes, si les moyens mis en œuvre n'ont rien de comparable.

Bilan des captations sportives 2021

Sur l'année 2021, le réseau régional a diffusé 75 PAE sportives. En haut du podium, le cyclisme, suivi du basket masculin (Pro A / Pro B).

En tête des régions, la Bretagne (16 PAE sportives), suivie de PACA (13) et du Grand-Est (11). De son côté, NoA a diffusé 70 directs de sport.

Côté fabrication, 30% des opérations ont été faites avec les moyens internes des antennes (CCR, VPTL, régies fly, VMIX) et 40% ont été faites par la Fabrique, soit 70% en interne à France Télévisions. Les 30% restants sont des prestations privées.

Côté éditorial, les moyens sont 100% internes, selon la direction.

Les élus souhaitent un bilan détaillé des PAE sportives, en termes de moyens humains et techniques.

Pour 2022, 60 directs sont déjà prévus. La direction des sports se félicite du nouveau créneau du samedi qui offrira plus de marge pour la diffusion des compétitions qu'on n'arrivait pas à diffuser le dimanche à 15h15. Une programmation qui fait plus de place au sport féminin et au handisport (en Nouvelle Aquitaine).

Actuellement, lors des PAE sportives, FTV fait systématiquement appel à un prestataire privé, Tango Delta pour l'habillage du sport. Selon la direction cette société est spécialisée dans le traitement et la mise en force des statistiques sportives pour leur mise à l'antenne.

Les élus militent pour une internalisation du savoir-faire, via l'acquisition des technologies et le plan de développement des compétences.

Même remarque pour l'utilisation des serveurs de ralenti (LSM) pour lesquels on est souvent obligés de recourir, soit à la Fabrique, soit au privé. La direction précise cependant qu'on peut faire du ralenti avec d'autres outils comme le VMIX, comme c'est le cas à Marseille.

Philippe Martinetti propose d'étudier la piste de l'internalisation du savoir-faire.

Avancée du projet numérique de proximité

La direction continue à décliner la feuille de route numérique présentée lors de la 1^{re} réunion de la CASAR (23 septembre 2021).

De 1^{res} évolutions de l'interface graphique ont été effectuées, afin de mettre en avant une ébauche de bassins de vie (pour l'instant réduite aux principales villes, le temps de définir le bon niveau de maillage entre les attentes du public et notre capacité à les alimenter), la rubrique #onvoursrépond et d'épurer un peu les homepages régionales.

Des pilotes sont en cours sur le traitement des élections présidentielles, en Grand-Est, Centre-Val de Loire et PACA, pour développer chroniques et papiers longs sur des questions de société.

Sur les autres sujets éditoriaux, des ateliers sont en cours.

Côté back-office, le basculement de Drupal vers PIC devait être terminé le 15 janvier, mais la crise sanitaire et un problème technique ont retardé les choses jusqu'à nouvel ordre. Selon la direction, l'objectif est de retarder la bascule au maximum, afin de prendre également en compte les retards dans l'approvisionnement en matériel.

De leur côté, les régions Grand-Est et Pays de la Loire travaillent sur l'amélioration du référencement des contenus programmes hébergés sur France.tv et mis en ligne via Argos.

Selon la direction, la mise en place du GIE n'impacte pas ce calendrier. Cependant, les ateliers se font désormais avec les équipes de France Bleu.

Sur l'architecture retenue pour le futur média de la proximité, la directrice du Numérique, Encarna Marquez précise qu'il y aura un site internet et une appli, en plus des sites existants. Il s'agit d'une solution de compromis et de « petits pas » entre les deux entreprises.

France Bleu conservera son site internet et ses outils de back office, France Télévisions conservera son architecture de sites régionaux sous l'ombrelle francetvinfo.fr, alimentés par le backoffice PIC. Les contenus seront automatiquement dupliqués sur le futur portail qui portera le nom de la marque choisie par FTV et Radio-France et qui disposera de sa propre URL. La direction évoque une éditorialisation des contenus sur le nouveau portail, sans qu'on sache quels salariés seront chargés de ce travail.

Si les contenus régionaux de FTV resteront indexés – et donc référencés dans les moteurs de recherche – sous l'URL francetvinfo.fr, à moyen terme la nouvelle URL risque de siphonner un peu l'audience de franceinfo, si elle devient un site de destination où les gens se rendent spontanément pour obtenir des infos et contenus sur la proximité. Mais selon Encarna Marquez, une nouvelle marque met du temps à s'installer.

Côté politique de recrutement de profils spécialisés, la direction dit travailler à des fiches de postes pour les alternants et CDD d'été. Selon Frédérique-Marie Lamouret, FTV doit rapprocher sa politique de celle des écoles qui forment notamment des journalistes spécialisés en multimédia et non pas des journalistes polyvalents.

Remarques des élus

Sur toutes les évolutions déjà actées, les élus déplorent, comme pour la refonte des JT, le manque de concertation avec les personnels travaillant sur le numérique. Une nouvelle fois, ils interrogent l'organisation du numérique, peu lisible et dont les nouveautés s'imposent aux contributeurs, notamment les journalistes, sans partage ni explication. Ce n'est pas comme cela que la direction du Réseau pourra embarquer les salariés dans ce qui est présenté comme la locomotive du projet de proximité.

Une fois de plus, les élus regrettent de n'avoir aucune information sur les moyens techniques et humains mobilisés pour fabriquer les pilotes autour de la Présidentielle. Quand on lit le cahier des charges du dispositif récupéré auprès d'une antenne, on s'aperçoit que la charge de travail sera importante. Combien de salariés et combien de temps seront dédiés à ce nouveau mode de traitement des élections ? Nous demandons à la direction de nous fournir les réponses à ces questions.

Toujours dans la perspective de maîtriser les risques professionnels, les élus s'interrogent sur la manière dont seront identifiés les contenus relevant des programmes et les articles journalistiques, afin d'éviter les tensions qui pourraient naître au sein des collectifs, mais aussi pour que les internautes soient clairement informés de la qualité de l'auteur du contenu. La question ne semble pas encore tranchée.

Réflexion autour de l'évolution des JTR

Le chantier autour de l'évolution des journaux s'est poursuivi au sein des ateliers réunissant cadres de rédaction, présentateurs et responsables d'édition. La direction met en avant 80 journalistes impliqués, alors que les représentants du personnel déplorent que ces ateliers n'aient pas associé le plus grand nombre et notamment les journalistes de terrain, voire les autres salariés. D'ailleurs, Philippe Martinetti évoque bien un « travail en chambre ».

Pour la directrice de l'information régionale, Isabelle Staes, c'est le rôle des rédacteurs en chef d'animer leurs rédactions, ils ont une responsabilité éditoriale. La démarche, selon elle, n'est pas une « grande consultation » mais une « réflexion » partagée à date dans la moitié des rédactions, afin, dit-elle de « recueillir les réflexions, les remarques qui pourraient enrichir les propositions déjà faites ».

Pour les élus, ce n'est pas avec une méthode descendante qu'on motive les salariés et qu'on les implique. Ce n'est pas non plus de cette manière qu'on suscite de nouvelles idées.

Les pistes mises en avant sont censées être vues comme une boîte à outils autour de 5 axes :

- La proximité
- Les nouveaux outils
- L'interactivité avec le public
- La convergence avec le numérique
- La dynamique éditoriale dans la construction des JT

Dans les grandes lignes, ce qui ressort, ce sont des recettes déjà existantes : beaucoup d'immersion et de feuillets, des invités, des directs avivest, des choix éditoriaux plus affirmés (choix d'un même sujet traité avec 3 entrées), implication des téléspectateurs (implication des ados dans le cadre de l'éducation aux médias, carte blanche à certains citoyens...), éditions en extérieur, aller à la rencontre des citoyens et des initiatives, retour sur des événements plus froids.

Sur la forme, une mise en image moins figée, avec moins d'experts, une écriture des plateaux plus inclusive (vous/nous), du témoignage en direct, chez les gens, de l'immersion, l'utilisation

des codes du numérique (face cam, formats carrés), l'utilisation des écrans tactile et passerelle avec le numérique, en répondant par exemple sur le plateau à des questions posées sur #onvouserépond.

Au rang des nouveaux outils mis en avant, l'écran tactile est paraît-il plébiscité par la plupart des responsables éditoriaux. La direction évoque également les UTS, mojo et boîtiers photographiques (reflex notamment). La direction évoque également la possibilité d'utiliser les drones en interne, ce que réclament, de manière récurrente, les élus.

Remarques des élus

Les élus déplorent le fait que ces orientations laissent de moins en moins de place au reportage et à l'image, seuls à même d'apporter un autre regard et une valeur ajoutée par rapport à la radio ou à la presse écrite.

Par ailleurs le recours aux codes du numérique (image carrée ou verticale) abaisse progressivement l'exigence en termes de qualité d'image et dégrade progressivement le rendu antenne.

L'utilisation de nouveaux outils doit impérativement faire l'objet d'un plan de formation.

Les représentants du personnel déplorent la disparité de moyens entre les régions et le national qui aboutit à la frustration des équipes régionale, voire à un sentiment de honte sur le rendu de ce qu'ils fabriquent (difficulté à recourir à des images de drones, infographie de mauvaise qualité via des logiciels automatisés, bannissement des micros HF sur les plateaux lors de la mise en place des nouveaux décors, etc.). Les salariés de la télévision régionale ont le sentiment qu'ils subissent un plafond de verre sur l'exigence, les moyens et la qualité.

Expérimentation de Strasbourg

Faute de temps, la commission n'a pas traité la question de l'expérimentation de Strasbourg qui est donc reportée à la prochaine réunion de la CASAR.

Le secrétaire de la CASAR
Jean-Hervé Guilcher
17 janvier 2022