

France Télévisions: les enjeux du passage à l'entreprise unique

Après la suppression début 2009 de la publicité sur ses antennes après 20 heures, le groupe audiovisuel public change aujourd'hui de statut.

PAULE GONZALÈS

AUDIOVISUEL. Faire de France Télévisions une entreprise unique, est-ce possible ? C'est aujourd'hui que le changement de statut est effectif et qu'il n'y a plus de directeurs généraux à la tête des chaînes mais seulement des directeurs d'antenne. Juste avant la fin de son mandat, Patrick de Carolis, le président actuel de France Télévisions, souhaiterait présenter à l'État une réforme réussie de son entreprise. Mais les enjeux sont colossaux. Les chaînes France 2, France 3, France 4, France 5 et RFO sont fondues au sein d'une seule structure qui pilotera de manière transversale l'ensemble des fonctionnalités comme les services généraux, la gestion et les ressources humaines, les unités de programmes, mais aussi les différentes rédactions.

Pour la présidence, le point délicat est la dimension sociale. Il lui faut trouver un compromis permettant d'instaurer une seule convention collective pour les 11 000 salariés du groupe en sachant que chaque chaîne dispose aujourd'hui de ses propres règles. Ceux qui bénéficient du régime le plus favorable, comme par exemple France 3 et RFO, qui à eux seuls comptent près de 8 000 salariés, auront du mal à abandonner leurs prérogatives et exigeront des contreparties. Le dialogue social risque d'autant plus de se durcir que la direction, qui négociait jusqu'à présent avec les représentants de cinq chaînes, se retrouve face à une force syndicale représentant la totalité des effectifs. Autant dire que le rapport de force n'est pas favorable.

La marge de manœuvre est d'autant plus étroite pour la direction qu'elle a promis à l'État de réaliser d'ici à 2012 un plan volontaire de départs de 900 personnes qui permettra de dégager 70 millions

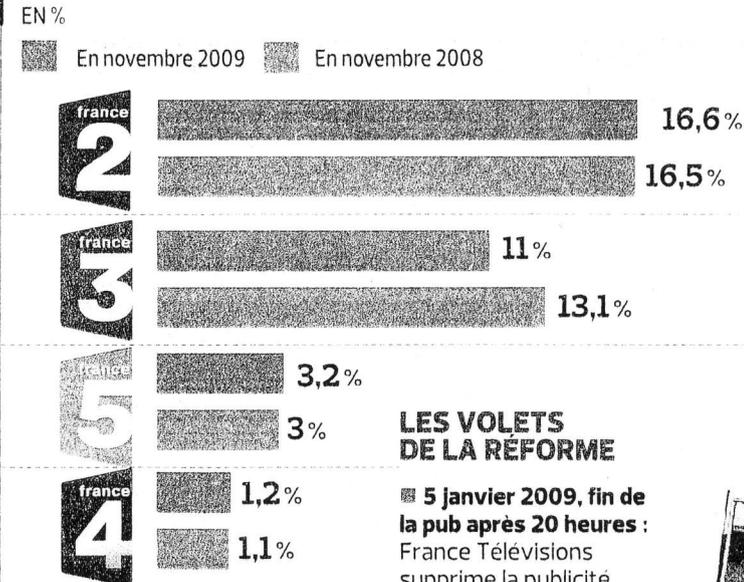
d'euros d'économies. En juin prochain, on saura si la première tranche de départs est un succès ou pas. Or Patrick de Carolis n'est pas aidé par les nouvelles lois sociales qui permettent aux salariés de travailler jusqu'à 70 ans. Nombre d'entre eux pourraient être tentés de renoncer au départ volontaire pour miser sur un plan social ultérieur qui leur serait plus favorable.

Préparer la révolution du numérique

Au centre de cette réforme, se trouvent deux enjeux majeurs. Tout d'abord, la mobilité des salariés au sein d'un groupe où la spécificité des métiers a toujours été très forte. Mais aussi la nécessité d'adapter France Télévisions au numérique. Ce dernier impose aux unités de programmes et aux rédactions de travailler en vue de la diffusion des contenus sur les nouveaux supports. Une révolution qu'il vaut mieux concocter dans un climat social apaisé. Même si la transformation en « média global » a été décriée, les chaînes continueront de travailler durablement comme... des chaînes de télévision avec une organisation encore très éloignée de celle du monde des nouvelles technologies.

Autre enjeu : le marketing. La logique de bouquet de chaînes chère à Patrick de Carolis n'est pas sans risque. Faire triompher la marque unique de France Télévisions peut paraître osé alors que chaque chaîne déploie des efforts pour capitaliser sur des marques qui ont mis plusieurs décennies à s'installer. Dans cette perspective, la puissance de France 2 et de France 3 mérite d'être préservée. Beaucoup en interne mesurent le risque d'un brouillage du message qui mettrait sur un même plan deux chaînes : France 2 et France 3, qui totalisent près de 30 % de part d'audience et

Parts d'audience nationale



LES VOILETS DE LA RÉFORME

■ **5 janvier 2009, fin de la pub après 20 heures :**

France Télévisions supprime la publicité de ses écrans entre 20 heures et 6 heures du matin, prélude à une suppression totale de la pub d'ici à fin 2011. Le service public recevra une compensation.

■ **7 mars 2009, promulgation de la loi :** retardée par des centaines d'amendements de l'opposition, la loi sur la réforme de l'audiovisuel est enfin promulguée.

■ **25 août 2010, fin du mandat de Patrick de Carolis :** le président de France Télévisions sera désormais nommé par le pouvoir exécutif au lieu du CSA.

deux autres, France 4 et France 5, aux audiences encore très faibles.

S'il est vrai que les groupes TF1, M6 ou Canal + ont déjà adopté une organisation qui centralise les achats et hiérarchise leur diffusion sur leurs différentes antennes, aucun d'entre eux ne dispose de deux chaînes d'égale puissance comme France Télévisions, censées fournir le même degré de performance. Pour cela, le renforcement de l'identité des chaînes par des programmes spécifiques est une nécessité absolue pour la direction. À elle de prouver que la nouvelle organisation, qui supprime le rôle des patrons d'unités au profit d'un seul décideur au niveau du holding, peut être efficace. ■

Patrick de Carolis





Des techniciens de France 3 Rhône-Alpes Auvergne dans un car régle.
LAURENT CERINO/REA

France 3, le point noir

CELA se murmure comme un secret de famille. « *Le problème, c'est France 3* » : la chaîne et son milliard de chiffre d'affaires, ses 785 millions d'euros de coût de grille, ses 5742 salariés dont 4 300 en régions, et son audience qui baisse inexorablement. « *Pas davantage que les autres* », affirme-t-on dans la chaîne. La tentation est alors grande de ramener les 12 % de part d'audience actuelle au nombre de salariés et de comparer ce ratio à celui d'une chaîne comme M6 qui, pour une audience comparable, dispose d'environ un millier de collaborateurs. Dans la chaîne, on jure que « *la production en région ne dépasse pas les 28 000 euros de l'heure contre*

72000 dans les grandes chaînes ». Un critère inconnu de ces dernières qui répondent « *qu'avec une grille dont 50 % est fabriquée en interne, on ne voit pas très bien comment le coût salarial à l'heure pourrait être plus élevé qu'à France Télévisions* ».

Enfin, la structure de l'audience n'est pas favorable à France 3 qui voit son public vieillir. Entre 2004 et 2009, la part d'audience des plus jeunes - 15-34 ans - aurait baissé de plus de 40 %. À cela, s'ajoute l'épineuse question de la filiale de production qui emploie 400 personnes pour un chiffre d'affaires de 60 millions. La direction espère le retour à l'équilibre pour cette filiale qui fut au centre d'intenses négocia-

tiations entre direction et syndicats.

Imprecision des missions

Les rapports successifs, ceux de l'Inspection des finances et de la Cour des comptes, ont toujours dénoncé les effectifs pléthoriques de la chaîne et la dérive du coût de la masse salariale (27,6 % des charges d'exploitation, soit 434,9 millions). En 2006, Bercy avait alors osé prononcer le mot de « plan social ». La tentative du directeur financier de l'époque de trouver un consensus entre l'État actionnaire et la direction lui valut d'être limogé. Et chacun referma le dossier. La transformation de France Télévisions en entreprise unique fait que les problèmes sociaux de France 3 ne peuvent plus être isolés.

Enfin, à l'automne dernier, la Cour des comptes a dénoncé l'imprecision des missions de France 3 et les ratages successifs de sa régionalisation depuis la création avortée du projet « Régions » en 2003. Elle a cité le CSA qui relevait qu'« *en 2008, les programmes régionaux de France 3 ne représenteraient que 7 % de la programmation de la chaîne mais 39 % de son coût de grille* ». La chaîne répond qu'elle a diffusé « *500 événements régionaux depuis janvier 2009* », mais omet de dire que l'information directe ne dépasse pas deux heures par jour et par région. L'annonce du lancement des 24 WebTV régionales est censée mettre au travail les équipes. Il restera à en assurer la pertinence économique. ■

P. G.

« Le Monde » : impossible recapitalisation en 2010

Le quotidien *Le Monde* prépare son « *indispensable* » recapitalisation, mais celle-ci ne pourra pas avoir lieu en 2010 en raison de la crise, a estimé hier le président du directoire du Monde, Éric Fottorino. « *Aujourd'hui, compte tenu d'une crise importante, économique et financière, on ne devra pas effectuer cette recapitalisation en 2010* », a-t-il indiqué sur Europe 1. « *En revanche, qu'en 2010 on se prépare à dessiner le scénario de la recapitalisation, c'est évident* », a-t-il ajouté. Confronté à une situation déficitaire, le quotidien du soir a procédé depuis 2008 à un plan d'économie de 9,4 millions d'euros sur la masse salariale, et cédé plusieurs titres en sa possession.

« Mon Quotidien » fête ses quinze ans

Mon Quotidien, le tout premier quotidien pour enfants (10-15 ans) fête ses quinze ans. Distribué uniquement sur abonnement, *Mon Quotidien*, publié par l'éditeur éducatif Play Bac, compte avec ses petit et grand frères (*Le Petit Quotidien* et *L'Actu*), 150 000 abonnés. Un succès original puisque la France est toujours le seul pays d'Europe avec des quotidiens pour enfants.

Une donne syndicale favorable

PATRICK de Carolis, le président du groupe France Télévisions, peut aujourd'hui compter sur une donne syndicale favorable. En effet, la CGT, majoritaire à France Télévisions, tient ses troupes et a passé une alliance objective avec la présidence. C'est grâce à elle et à la bienveillance de Force ouvrière qu'un avis - bien que négatif - a été donné par le comité central d'entreprise en décembre permettant aujourd'hui le passage à l'entreprise commune.

Mais les autres syndicats menacent. La CFDT, le SNJ, la CFE-CGC et des comités d'entreprise de France Télévisions ont promis de déposer au tribunal de grande instance une

demande d'annulation de la consultation organisée, car ils estiment avoir été insuffisamment informés.

Préavis de grève

De plus, une action est aussi en cours concernant la représentativité du comité central d'entreprise dans les établissements de Toulouse et de Marseille. Si elle était remise en cause, cela signifierait que la CGT perd sa maîtrise du comité d'entreprise et la négociation deviendrait plus ardue pour Patrick de Carolis. Ces derniers ont, par ailleurs, déposé un préavis de grève pour aujourd'hui 14 heures. Mais il y a peut-être pire. Théoriquement, le passage à l'en-

treprise unique exige des partenaires sociaux de se mettre d'accord d'ici au 7 juin sur la nouvelle convention collective. Si ce n'est pas le cas, ce sera la convention du holding France Télévisions qui s'appliquera. Or, les conventions des chaînes sont bien plus favorables que celles du holding. Ce qui explique la volonté des syndicats d'arriver à un accord dans le délai. Cependant, une disposition de la convention collective de l'audiovisuel public porterait ce délai de survivance à trois ans. Si c'était effectivement le cas, les syndicats n'auraient plus de raison de se presser. ■

P. G.

Les partenaires sociaux doivent s'entendre d'ici au 7 juin sur la nouvelle convention collective