



# Contrat d'Objectifs et de Moyens de l'audiovisuel public

Le Contrat d'Objectifs et de Moyens de l'audiovisuel public et en particulier de France Télévisions pour la période 2020 / 2022 fait l'objet d'une relecture des parlementaires.

FO a eu l'opportunité de faire part à la commission des affaires culturelles de l'Assemblée Nationale des projets qu'elle revendique pour ce COM. Des projets qui résument aussi notre ambition de vous représenter au Conseil d'Administration de France Télévisions.

FO était la seule organisation respectant la diversité (un représentant ultramarin) et la parité F/H, avec dans notre organisation la présence d'une femme : représentants FO : Marie-Pierre Samitier (Siège), Claude Lauret (Outre-Mer), François Ormain (Réseau France.3).

## | Feuille de route

Reconquérir les jeunes générations, notamment les 15/ 24 ans, est une des priorités de l'audiovisuel public. FO a demandé que le COM précise son rapport aux réseaux sociaux, son investissement en termes de contenus pour capter cette tranche d'âge. Plus largement, FO a rappelé les enjeux de la digitalisation et a demandé un renforcement de la ligne éditoriale et de divertissement auprès des jeunes.

S'agissant de la transformation de l'audiovisuel public, le COM affiche des objectifs essentiellement économiques basés sur une optimisation financière. FO a demandé que la responsabilité sociétale de France Télévisions (RSE) soit plus affirmée **en prenant davantage en compte la dimension sociale, humaine qui doit présider à sa gouvernance.**

Si le COM fait mention d'une offre éducative révisée et d'un dispositif de soutien dans le cadre d'une adaptation pendant la gestion de crise, rien ne figure concernant le télétravail!.. FO demande que cette nouvelle pratique, de nature à modifier le rapport au travail et les organisations de travail, soit inscrite dans le COM.

## | Objectifs communs aux différentes entités de l'audiovisuel public

**Les indicateurs d'audience** : le COM affiche l'ambition de multiplier par 2 le nombre d'internautes.

**Synergies, partenariats** : les synergies avec Radio France concernant les matinales de France.3 doivent se poursuivre pour atteindre la mutualisation des 36 antennes radio à l'horizon 2022.

**Moyens disponibles** : En revanche, le COM n'affiche aucun indicateur de suivi pour la culture en prime time, ni pour la formation. Il consacre l'essentiel des moyens à la production de programmes dont notamment 20 Millions de plus pour france.tv.

**Budget** : le COM défend la modernisation des offres dans un équilibre budgétaire basé sur un modèle économique mixte qui doit développer ses ressources propres. Etant entendu, que le budget de France Télévisions en particulier est prévu à la baisse. Il devra être compensé par une réduction des coûts de structures et la baisse de la masse salariale générée par les départs non remplacés.

**RSE (Responsabilité Sociale et Environnementale) :** le COM affirme sa volonté de développer la RSE de France Télévisions : plus grande parité femmes / hommes, mise à jour de l'accord égalité professionnelle et handicap, réduction de l'empreinte carbone dans sa consommation d'énergie.

## | Objectifs spécifiques FTV

**L'information :** le COM réaffirme la notion de confiance dans l'information. **A ce sujet, FO réclame l'affirmation de la lutte contre les Fake News.** Et le maintien de nos éditions existantes comme le Soir 3 qui est désormais sur *franceinfo*. *Franceinfo* tenue d'améliorer son audience de 10% sans citer d'objectifs pour les autres chaînes.

**Jeunesse et éducation :** le COM ne précise pas la nécessité d'investir les réseaux sociaux. Il n'affiche pas d'objectif concernant les 4/14 ans. Le COM s'en tient à *Lumni* et à *Educ'Arte* alors que les émissions consacrées aux 15/24 ans doivent progresser de 4%. FO a réclamé une véritable ambition affichée pour conquérir les jeunes publics. FO a demandé le maintien de France 4 dont la vocation s'est affirmée durant le confinement et de préciser le rapport que l'entreprise doit entretenir avec les réseaux sociaux pour capter le jeune public.

**Egalité / diversité :** en matière de parité femmes / hommes, le COM ne concerne que la réalisation des fictions. FO a demandé que cette question soit inscrite dans sa globalité conformément à l'accord d'entreprise en vigueur et que les objectifs en matière de diversité soient atteints.

**Engagement renforcé pour la création, le cinéma, la culture :** FO a salué le soutien du secteur culturel et l'effort consacré à la création : + 20 Millions d'euros sur 2 ans. Les spectacles en prime time devraient quadruplés passant de 11 à 52 émissions.

**Régionalisation et Outre-Mer :** le COM consacre une extension des programmes régionaux : de 2 à 6h par jour. FO a demandé **avec quels moyens parvenir à cet objectif** sachant que le réseau France 3 travaille déjà à flux tendu avec des RPS importants.

Pour les stations d'Outre-Mer, FO a rappelé que les Outre-Mer, ce sont :

- 9 stations,
  - 9 cultures,
  - radio, tv et internet dans chaque station,
  - mais une même mission de service public.
- L'augmentation des programmes prévue en 1ère partie de soirée, passant de 8 à 12 émissions ne saurait masquer les manques de moyens de production tant financiers que humains. La production de programmes doit passer avant tout par l'internalisation de l'activité, avant la coproduction et l'externalisation. FO demande que ces moyens soient abondés afin de répondre aux aspirations des populations ultramarines en matière de vrais programmes de proximité. En prolongement des 25 engagements du pacte de visibilité, **il doit être initié un pacte de visibilité pour chaque territoire d'Outre-Mer**, aux services de chaque population, et dont les objectifs doivent être définis plus précisément.

## | Plan d'affaire FTV

Le COM prévoit un budget à la baisse pour les deux prochaines années. La réduction des coûts de structures et la baisse de la masse salariale générée par la RCC (poste non remplacés) doivent compenser le manque à gagner. Mais cette équation est contrariée par le projet de transformation, la régionalisation, le financement de Salto ... Le Plan de financement prévisionnel fait porter trop de charges à France-tv.

**FO a demandé des moyens plus conséquents.** Ainsi, **Salto doit être financé par l'État**, car l'enjeu est celui d'un rapport de force face aux plateformes. **Cela se joue au niveau des Etats-Unis et de l'Europe, face aux GAFAN...**

Paris, le 12 janvier 2021