

La marque "ICI" ou l'histoire d'un sabotage industriel



Communiqué • 29 avril 2026

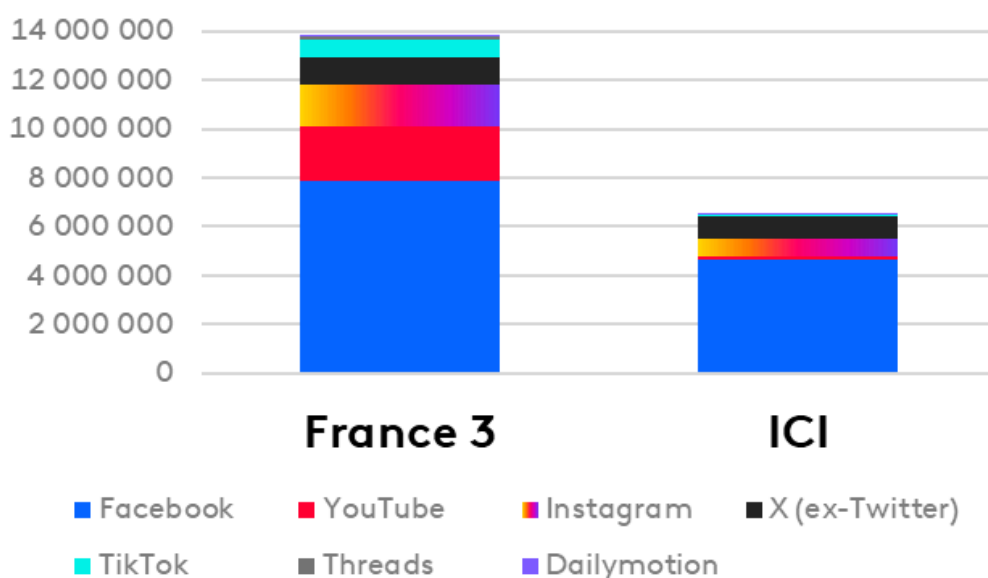
Alors que la présidente de France Télévisions affiche un "streaming first" à qui veut l'entendre, la réalité est bien différente dans le réseau régional. La marque unique ICI menace directement l'avenir de la visibilité du travail des salariés journalistes et PTA qui contribuent au numérique. D'une manière plus large mais encore plus inquiétante, c'est la puissance de l'audiovisuel public sur le web qui est menacée.

Le suicide de nos audiences sur les réseaux sociaux

D'après les informations qui parviennent jusqu'aux personnels concernés, la présidence aurait comme projet de demander à France3 d'abandonner ses comptes sociaux au profit de ceux de Radio France, sous prétexte que ces derniers ont adopté le nom "ICI" plus rapidement. C'est une aberration mathématique et éditoriale.

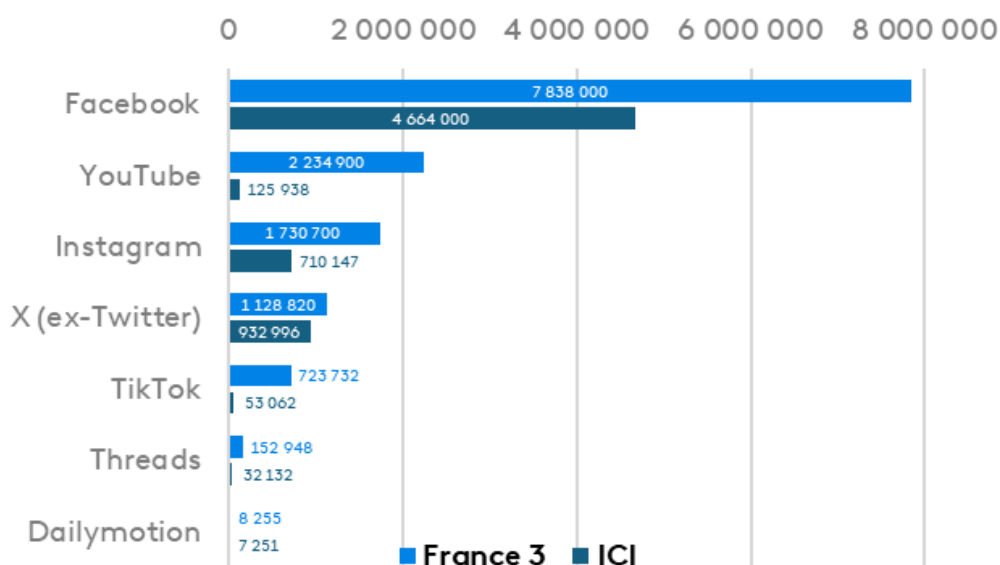
France3 compte, tous réseaux sociaux confondus, 13,8 millions d'abonnés, contre 6,5 millions pour ICI. Sur Facebook, nos 21 pages régionales sont plus puissantes que l'ensemble des 234 comptes ex-France Bleu, toutes plateformes réunies.

Comparaison du nombre d'abonnés



Données consultables publiquement, datées du 21 avril 2026

Nombre d'abonnés par plateforme



Données consultables publiquement, datées du 21 avril 2026

En divisant notre base d'abonnés par deux, nous allons perdre des millions de vidéos vues et faire chuter le trafic de nos articles. Nos concurrents n'en demandent pas tant. Il faudra des années pour revenir juste aux performances actuelles.

Affirmer que "Ici" a remplacé "France Bleu" partout est faux ! Sur Facebook, seulement 1 page sur 46, sur YouTube, 5 chaînes sur 42. Des solutions techniques existent pourtant comme fusionner les pages Facebook ou renommer les comptes pour préserver nos communautés. Sur nos réseaux sociaux, adopter @ici.region est parfaitement envisageable. Pourquoi choisir la stratégie qui nous affaiblit ?

Ce n'est pas une bataille d'égo. Si les ex-France Bleu rejoignent nos comptes, nous leur offririons un formidable tremplin pour, ensemble, faire rayonner les productions de l'audiovisuel public sur les réseaux sociaux.

Atlas : une régression technologique

On nous oriente vers l'abandon de Pic, le back office commun à France•3, franceinfo et Outre-mer La 1ère, un outil régulièrement mis à jour, performant pour la vidéo et le direct minute par minute, conçu sur mesure avec les équipes en région. Bientôt, seules franceinfo et La 1ère continueront à l'utiliser puisque Atlas, l'outil Radio France le remplacera. De l'avis de tous les contributeurs l'ayant essayé, utiliser Atlas, c'est faire un bond en arrière de 10 ans et handicaper les journalistes et éditeurs dans leur travail quotidien.

Un mépris des équipes et un risque social

Depuis un an et demi, la direction du numérique des régions reste évasive et semble ignorer l'ampleur de la catastrophe annoncée et se refuse à un quelconque arbitrage.

Ce sentiment de voir des années d'efforts jetées à la poubelle crée une souffrance réelle chez les chargés d'édition numérique, les coordinateurs numériques, les rédacteurs en chef adjoints en charge du numérique, les chargés de communication et les journalistes. Pour la première fois, les personnels du numérique en région seraient prêts à se mobiliser par une grève...