

Nouveaux décors pour les JT nationaux ? La forme et le fond

Communiqué • 29 août 2023



C'était un projet tellement top secret qu'une partie du chantier a été verrouillée tout l'été au mépris des règles de sécurité, que des personnels pourtant essentiels du siège en ont même été interdits d'accès, et que pour couronner le tout un risque industriel majeur a été pris avec une diffusion maintenue sans aucun plateau secours disponible y compris celui de la régie finale.

Le nouveau studio des éditions nationales a été dévoilé aux yeux du public ce lundi 28 août, anticipé par un teasing dans la presse ce week-end.

Waouh ? Bof ! répond FO France•tv

Contre le plus grand plateau d'info d'Europe dénigré comme un « studio cathédrale » on nous propose une image étriquée, des plans serrés ou moyens, des habillages noirs ou blancs. Quelle vision !

Les goûts et les couleurs ne discutent pas certes mais quand même.

Sur le fond d'abord, et **la qualité de l'info** dans tout ça ?

Et **nos missions de service public** ?

Et **notre singularité** ?

Donner du sens plutôt que de suivre ou pire même de faire de la pub déguisée.

« *Il est temps de passer d'une télévision d'audience à une télévision d'impact* » écrivait au début de l'été dans Libération notre directeur des programmes sans malheureusement procéder dans son commentaire à une démonstration sérieuse.

Reportages, explications, analyses dans les JT ?

Non, du vent, des températures et des micros-trottoirs pour commenter tout ça.

A ce stade, ni le contenu **ni les audiences de nos antennes ; très préoccupantes** ; ne sont à la hauteur de nos attentes.

Sur la forme comme sur le fond finalement derrière ce nouveau décor de carton-pâte ; au propre comme au figuré ; il y a le vide sidéral.

Le coût du projet aurait été mieux employé à améliorer la NAO 2023 moins généreuse qu'à Radio France par exemple, ou la prime d'intéressement contrainte, nous a-t-on dit, par la tutelle.

Plus qu'un décor peu convaincant, cet argent aurait eu plus d'impact pour motiver les personnels, attiser leur engagement professionnel et in fine, enrichir les productions de notre entreprise.

Au contraire, après l'argent du studio, on procède à des recrutements extérieurs un peu partout. Là aussi quel message envoie-t-on au personnel pour le mobiliser ?

Alors que notre trajectoire budgétaire reste très menacée ; elle sera forcément impactée par les demandes d'économies budgétaires imposées à tous les ministères ; alors que le passage en force de Tempo n'a pas encore produit ses inéluctables dégâts, quid de la bonne gestion de notre entreprise ?

A ce stade, le nouveau studio c'est comme un décor de western à Hollywood, derrière les jolies palissades, il y a le désert.