



Flash inFO

Limoges

21 MAI 2026

Les échanges autour de **l'expérimentation de fabrication de vidéos à destination des plateformes numériques** dans plusieurs antennes régionales ont fait ressortir de nombreuses interrogations et difficultés après plusieurs mois de mise en œuvre.

L'expérimentation est **prolongée jusqu'à la fin du mois de juin**. Plusieurs points d'évolution ont été annoncés par la direction, notamment concernant la formation et les outils utilisés.

Ainsi, **deux jours de formation sont désormais envisagés au lieu d'une seule journée** initialement prévue. Cette deuxième journée doit permettre un approfondissement de l'outil d'assemblage ainsi qu'une mise en pratique plus complète.

De nouvelles sessions de formation sont programmées les 28 et 29 mai, tandis que les RCA numériques ont également bénéficié d'une journée de formation spécifique.

Concernant les outils techniques, l'application **CapCut est progressivement remplacée par PowerDirector**, désormais pris en main par les journalistes, chargés d'édition numérique et équipes de communication.

Les chiffres d'audience communiqués par la direction semblent par ailleurs constituer **un premier indicateur encourageant** pour cette expérimentation.

En Nouvelle-Aquitaine, l'ensemble des vidéos publiées — y compris les formats verticaux — aurait atteint 11 millions de vues en avril sur les quatre réseaux sociaux utilisés par l'entreprise.

Malgré ces premiers résultats, **plusieurs points de vigilance demeurent et continuent d'être remontés par les équipes :**

- une charge de travail importante et encore mal évaluée ;
- des conditions de travail qui se dégradent pour certains salariés, notamment dans les services numériques ;
- des missions parfois mal définies entre journalistes, chargés d'édition numérique et encadrement ;
- des pratiques très différentes selon les antennes et les moyens disponibles localement ;
- une tendance à privilégier des productions réalisées par les journalistes seuls, au détriment du travail collectif associant les techniciens ;
- des inquiétudes sur la sécurité lors des tournages effectués en solo ;
- une organisation qui semble difficilement compatible avec le rythme de l'actualité quotidienne ;
- des interrogations persistantes concernant la charge de travail des chargés d'édition numérique et des RCA numériques.

De nouveaux points d'étape doivent être réalisés lors des Instances de Proximité des mois de juin et juillet.

Au-delà de ces constats, plusieurs questions de fond demeurent ouvertes. Il semble notamment que **le choix de "reboutiquer" certains sujets pour les plateformes numériques** — c'est-à-dire les adapter en format vertical avec un travail spécifique de postproduction — **soit encore mal défini**. Qui décide réellement qu'un sujet doit être décliné pour les réseaux sociaux : le journaliste, la rédaction en chef, les équipes numériques ? **Les critères éditoriaux restent flous**.

Une autre interrogation porte sur **l'intérêt réel des publics des réseaux sociaux pour des contenus** qui traitent les mêmes sujets que l'antenne linéaire, avec le même ton éditorial, simplement adaptés à un format vertical. Le succès des contenus numériques ne repose pas uniquement sur une question de format ou de technique. Cela amène à une réflexion plus large sur le traitement éditorial lui-même. Les plateformes numériques ont développé leurs propres codes d'écriture, de narration et de rythme. **La question n'est donc pas seulement de produire "en vertical", mais de savoir quel contenu éditorial spécifique est destiné à ces usages**.

Dans ce contexte, il serait sans doute nécessaire d'aller au-delà de la seule formation technique et de réfléchir à la mise en place d'équipes ou de rédactions réellement dédiées à cet exercice, maîtrisant les codes propres aux plateformes numériques, plutôt que de renvoyer les équipes traditionnelles vers des formats dont elles ne maîtrisent pas forcément les usages ni les mécanismes de succès.

Enfin, il apparaît également que France Télévisions entre dans un **environnement déjà fortement concurrentiel, où les acteurs majeurs des plateformes numériques disposent déjà d'une avance importante**. Le retard accumulé ne semble pas pouvoir être rattrapé uniquement par des évolutions techniques ou des changements de format. La problématique est aussi stratégique, éditoriale et organisationnelle.

Votre délégué syndical
FO Limoges :
Laurent Ciron