



ICI, c'est NON !

À partir du 4 novembre prochain, France 3, la chaîne des régions, gardera son nom uniquement pendant qu'elle diffusera des programmes nationaux. Lors de la bascule sur les programmes régionaux, elle abandonnera son appellation d'origine pour s'appeler désormais ICI.

Les représentants de proximité des Pays de la Loire et les organisations syndicales expriment leur profond désaccord avec ce changement de nom, décidé par Paris. Pour les Français, France 3 fait partie du patrimoine audiovisuel. Dans le réseau, dans les régions, dans nos villes, dans nos campagnes, l'identité France 3 a encore du sens, n'en déplaise à une direction nationale déconnectée des réalités. Pour nos téléspectateurs les plus fidèles, c'est une perte de repère brutale. Pour les salariés, c'est une nouvelle transformation, sans explications ou perspective d'avenir. Quelles réponses les équipes de tournage devront-elles donner aux téléspectateurs sur le terrain sur ce changement de nom ? Comment devront-elles le justifier ?

Choisir un adjectif comme ICI, aussi lapidaire que vague, montre bien à quel point la présence et la pertinence de France 3 en région sont mal considérées, niées même. ICI, ça peut-être là, ailleurs, nulle part, dans le mur...

L'abandon de notre marque « France 3 » est bien plus qu'un simple changement de logo. C'est une rupture culturelle et économique pour les salariés qui craignent qu'il s'agisse des prémices d'une fusion avec France Bleu. De telles évolutions sont porteuses de conséquences importantes en termes d'emploi, de conditions de travail et de risques psychosociaux. Elles entraîneront nécessairement des modifications sur les organisations du travail et les conditions de travail et d'emploi.

À l'heure où il n'est question que de faire des économies, les salariés et leurs représentants aimeraient connaître le montant de cette gabegie. L'argent du service public ne peut-il pas être mieux utilisé ? L'impact de ce changement d'identité, qui n'a pas été évalué, risque d'être en tout point catastrophique. Nous refusons, pour nous et nos téléspectateurs, d'être les cobayes d'une stratégie hasardeuse. Il est encore temps de renoncer à ce funeste projet !