



La stratégie du silence

Coup après coup, annonce après annonce dans les médias, la direction dévoile ses projets.

Tempo, Ici, fusion et désormais on nous parle de coordination avec France Bleu, les salariés découvrent au fil des interviews accordées à nos confrères ce qui les attend dans leur propre entreprise.

Pas d'information auprès de leur représentant, pas de consultation des élus sur les orientations stratégiques, ce qui est pourtant nécessaire et obligatoire au regard de nos accords d'entreprise, sauf à réclamer des instances extraordinaires à grands cris.

À moins qu'il s'agisse une fois de plus d'une navigation à vue et d'une grande improvisation générale.

Le dialogue social devient un concept de plus en plus vide de sens à France 3.

Flou et opacité règnent en maître. Une ambiance de plus en plus délétère s'installe et laisse les salariés dans la plus grande incertitude et dans un abandon total.

C'est peu dire que dominant dans nos antennes, la défiance vis-à-vis d'une direction de plus en plus mutique.

Mais a-t-elle quelque chose à dire ?

Dans le réseau, les conditions de travail se détériorent : moins d'équipes sur le terrain, plus de plateaux et de chroniques avec de plus en plus de périodes de très basse activité.

La proximité et la qualité de l'information régionale en prennent un coup.

Où est la régionalisation promise à grands coups de discours ronflants et creux ?

Après le désastre de la mise en place de Tempo, voici maintenant qu'apparaissent de-ci, de-là des expérimentations sauvages lors des matinales de France Bleu.

Jusqu'à quand ce mépris va-t-il durer ?

Cette fusion qui ne dit son nom que dans la bouche de la ministre de la Culture ne s'appuie sur rien en l'état si ce n'est une déclaration bien maladroitement lâchée chez nos confrères de France Bleu.

La direction de France 3 elle, ne dit rien et se cache derrière un paravent pour découvrir soudain que les salariés se doivent d'être informés sur ce qui se prépare peut-être à la rentrée de septembre.

Pour ce CSE extraordinaire, nous attendons enfin des réponses précises et claires aux questionnements légitimes des salariés du réseau, pas seulement un catalogue des événements faits ou à faire avec France Bleu, alors que vous parlez pour la première fois de breaking news commune.

Comme à Radio France, le SNJ ne vous laissera pas les coudées franches pour effacer d'un trait de plume la marque France 3, qui a fait ses preuves auprès des téléspectateurs depuis plus d'un demi-siècle et qui reste synonyme d'information de proximité, de fiabilité et de confiance.

Paris, le 20 février 2024