

Stratégie numérique

Et réseau régional de France 3

Le GRAND foutoir

Le 1er février sera marqué d'une pierre blanche qui va ensevelir les sites régionaux de France3. Plomber notre travail de terrain. Assommer nos internautes :

les sites Grande Régions envahiront alors nos écrans.

Des sites desquels la notion d'Alsace, de Bourgogne, d'Auvergne ou de Picardie aura totalement disparu, au profit de « bassins de population » et de « tags ». Des sites déconnectés de nos journaux, de nos antennes et - plus important encore ! - de notre public.

Et ça donnera à peu près ça. A peu près ... **Car pour l'heure, rien n'est définitif ni prêt.** « Y a des trous » !, nous dit-on.



Une liste des grandes villes - mais quid des petits villages ? Des actus à cheval sur plusieurs villes? Des locales ?

Un carrousel qui pour l'heure ne tourne pas rond. Qui décidera des contenus ? Et quels contenus ? On ne sait toujours pas.

Des sujets postés au fil de l'eau par les différentes antennes, noyés dans la masse, sans aucune hiérarchisation, sans aucune réflexion éditoriale. Ici tout se vaut. Le sanglier tombé dans la piscine et le démantèlement d'un réseau Djihadiste. L'éditorial ? on s'en fout.

Ici, il n'est question que de « tête de gondole », de « consommateur », de référencement Google et de « nombres de clics ». Et tant pis si l'internaute n'y retrouve ni ses petits ni son compte.

Sommes-nous donc devenus des vendeurs de tapis ? Les journalistes ne sont-ils plus vus que comme des « catalogueurs » générateurs de « clics » et s'exprimant par des « smiley » ?

La CFDT déplore que ces « Grands Sites Grandes Régions » aient été conçus dans l'opacité la plus complète. Ainsi que de l'avenir de nos Antennes de proximité : **elles aussi condamnées à disparaître prochainement, dans un grand mouvement de carrousel ?**

Quand à l'animation de ces sites, on se demande s'il y a un pilote dans l'avion : celui-ci - le pilote web - est mort avec l'organisation des Pôles. Place désormais au Chef Info Web. Tout nouveau, tout beau, et qui s'expose, lui ... à d'énormes turbulences.

Car le pauvre Chef Info Web est comme « tombé du ciel ». Son poste n'a jamais fait l'objet d'une réelle consultation (prévue pourtant par l'accord collectif) - sauf à Lille et à Grenoble.

Les salariés ont simplement reçu en juillet des fiches de postes « **à titre d'information, sur l'état du projet** ». Sans aucune échéance. Sans aucun contact. Rien.

Il fallait donc être devin pour savoir qu'il s'agissait en fait d'un appel à candidature, qu'il fallait s'adresser directement au DRH de France 3 avant le 1er décembre. Etre devin - ou avoir le bras long et l'oreille fine.

Et tant pis pour ceux qui n'ont pas les bons amis, ils attendront la prochaine réorganisation.

Quant au poste à proprement parler, c'est le brouillard total. Encadrement ? Edition ? La Direction nous a là aussi baladés allègrement pendant des mois. Un coup rédacteur en chef adjoint, un coup responsable d'édition, pour un même poste.

Les compétences requises ? Elles sont à l'image de tout le reste. Ubuesque. « Intelligence client », « suivi budgétaire », « relations contractuelles », « traitement artistique et esthétique ». A tel point que les Chefs Info Web fraîchement nommés sont partis en formation fissa dès la rentrée, pour rapprendre leur nouveau métier, question de leur expliquer en quoi consiste réellement leur poste.

Désormais, on recrute PUIS on forme. Première nouvelle et c'est bon à savoir ...

Quant à qui fait quoi sur le web, le flou reste total. Tout le monde peut contribuer, on twitter par ci, on « facebook » par là, on commande des photos pour le web aux JRI en oubliant de leur demander des images qui bougent pour la télé, on décrète que les internautes ne lisent pas les papiers et qu'un lead suffira, et puis, que vive le journaliste qui s'exprime en « like » et en « smiley » !

Est-ce cela la fameuse « Stratégie Numérique » dont on nous rebat les oreilles, sans nous l'expliquer réellement ? Une stratégie si stratégique qu'on n'y comprend plus rien ? Une stratégie de l'évitement peut-être ? Ou bien simplement celle des « copains d'abord » ?

Enfin, la direction songe à organiser, à la demande des organisations syndicales, une réunion de la commission déontologie des journalistes sur le sujet du numérique. Avec, on l'espère, les interlocuteurs ad hoc. Pour qu'enfin, le fond soit discuté.

Sinon, nous allons droit au crash. Et les Chefs Info Web au sacrifice.

Paris, le 31 janvier 2017