



france.tv

S'ENGAGER POUR CHACUN
AGIR POUR TOUS

France.tv augmenté... ...Et c'est bien le seul

Alors que, cette année, nous vous l'avions expliqué, dans un contexte budgétaire contraint, [les mesures individuelles seront réduites à peanuts](#), nous apprenons, via un beau slide de la communication interne, que France.tv sera, lui, « augmenté ».



Il en a de la chance, lui. **Mais heu pardon qui est « lui » au juste ? Et « augmenté » de quoi ?**

MARS 2025

[Nous avons donc lu le dossier de presse dans son intégralité](#), plusieurs fois, enjambé mille formules fumeuses, pour tenter de comprendre en quoi consistait réellement cette « augmentation ». Et surtout identifier qui/quoi cette « augmentation » concerne (pas les salariés, ça on l'a bien compris).

SUIVEZ-NOUS SUR



Le terme richesse apparaissant cinq fois, on s'est cru sur la bonne voie. Las, il ne s'agissait que de richesse d'une offre que nous ne produisons plus forcément. Mauvaise piste.

La puissance revient quatre fois, la résonance trois. Impasse dialectique. D'ailleurs, le terme d'amplification nous aurait semblé plus à propos sans être pour autant plus clair.

[CFDT-FTV.FR](https://www.cfdt-ftv.fr)

Bref. On n'a rien trouvé. Ou rien compris, c'est possible aussi.

Ce que l'on sait, depuis peu, c'est que le 6 juin oui, les logos des chaînes de France Télévision disparaîtront, remplacés par la marque unique France.tv.

Ce qui est augmenté, donc, en gros, c'est le nombre de fois où le France.tv apparaîtra sur nos antennes. Augmenté infiniment puisque sur le linéaire jusqu'alors, il n'existait pas.

Une sacrée révolution oui, faite dans l'opacité la plus totale, sans concertation, sans raison bien claire mais qui, promis chanté, va nous faire « résonner ».

« France.tv, marque étendard qui rayonne sur tous les écrans. Elle sera la marque-étendard de toute la richesse du groupe, pour renforcer sa puissance sur tous les écrans et accroître la résonance de la marque »



france.tv

S'ENGAGER POUR CHACUN
AGIR POUR TOUS

Pour l'heure, nous ne partageons pas cet enthousiasme lyrique et un brin martial. Et c'est notre perplexité qui en est augmentée.

Nous, pauvres mammouths, ne voyons qu'une amputation. Celle de nos identités (pré)historiques. Comme l'ont été nos JT régionaux, en novembre dernier, avec leur ralliement sous la bannière Ici, qui n'a elle, pour l'instant pas résonné jusqu'à nos téléspectateurs. C'est un euphémisme.

Pour l'heure, ce qui s'accroît, c'est le risque de casse du service public audiovisuel. En ralliant toutes les chaînes sous une marque unique, un « étendard », en y distinguant des sous-filiales, « Ici », « Okoo », le démantèlement, bloc par bloc, de notre maison n'en sera que plus facile. [Les projets de Rachida Dati se précisent. Nous y sommes.](#)

Pour l'heure, ce qui s'intensifie, c'est la perte de sens pour les salariés de FTV sans cesse ballotés entre deux transformations qu'ils ne comprennent pas et auxquelles ils ne sont jamais associés. Une fois de plus.

France.tv augmenté, ça « résonne » creux. Tant, que ça sent un peu la tombe. La nôtre.

MARS 2025

SUIVEZ-NOUS SUR



[CFDT-FTV.FR](https://www.cfdt-ftv.fr)

[Nos Délégués syndicaux centraux](#)

Vous souhaitez nous poser des questions ?

Contactez-nous au : 01 56 22 88 21 - cfdtgroupe@francetv.fr