



Issy-les-Moulineaux, le 29 septembre 2017

## FRANCE MEDIAS MONDE

### Arbitrage budgétaire 2018 et conséquences pour FMM (Conseil d'Administration du 19 octobre 2017)

Le COM 2016-2020 de France Médias Monde, signé en avril 2017, prévoit une contribution à l'audiovisuel public allouée à FMM de 259,7 M€ en 2018, en hausse de 8,2 M€ (+ 3,3 %) par rapport à 2017 en raison principalement du financement en année pleine du lancement de France 24 en espagnol.

Cependant, le projet de loi de finance pour 2018, qui vient d'être présenté lors du conseil des ministres du 27 septembre 2017, réduit de 1,9 M€ le montant de la CAP pour FMM en 2018 par rapport au COM, ramenant celle-ci à 257,8 M€, soit une augmentation de 6,3 M€ (+ 2,5 %).

Nous sommes bien conscients de l'effort fait par l'Etat pour accompagner le développement de FMM dans un cadre budgétaire très contraint. Cet effort nous permet de préserver le lancement de France 24 en espagnol qui a eu lieu le 26 septembre avec succès.

Cependant, cet arbitrage intervient à un très mauvais moment dans l'histoire récente de FMM suite notamment aux réformes structurelles qui ont été opérées ces dernières années au sein de l'entreprise qui ont permis des gains de productivités et des économies considérables. Les nombreux efforts de transformation déjà opérés ne permettent plus aujourd'hui de réaliser de nouvelles économies sans remettre en cause certains acquis importants, tant en matière éditorial que de distribution.

#### 1 / Un arbitrage qui arrive au mauvais moment pour FMM

- Cet arbitrage fait suite à des années d'efforts de productivité
  - **D'importantes réformes structurelles des métiers de l'audiovisuel** ont été réalisées : les journalistes montent (nous n'avons plus de monteurs) et les techniciens réalisent (nous n'avons plus de réalisateurs) ;
  - **La mise en œuvre de deux plans de départ volontaires** a conduit à la réduction de près de 20 % des effectifs radio ;
  - **L'accord d'entreprise signé fin 2015 a permis d'augmenter le temps de travail à 204 jours** pour l'ensemble des personnels dans le cadre du nouvel accord d'entreprise, ce qui est inédit dans l'histoire de l'audiovisuel public ;

- Enfin, **la fusion des fonctions supports** des trois médias à travers des directions communes a permis des synergies drastiques tandis que **d'importantes économies ont été réalisées concernant plus généralement tous les frais de l'entreprise.**

Ainsi, sur la période 2011 – 2017, **FMM a pu financer sur ses propres ressources des projets de développements** structurants pour son avenir tout en consolidant ses acquis et en développant ses audiences, et tout cela en présentant chaque année un **résultat net à l'équilibre.**

- **Le contexte social de l'entreprise s'est dégradé** ces derniers mois avec la mise en œuvre du nouvel accord d'entreprise et les difficultés que nous rencontrons dans nos négociations avec les pigistes, ces derniers occupant un rôle stratégique dans le dispositif éditorial de l'entreprise. En effet, les accords signés par France Télévisions et Radio France concernant les pigistes (avec en particulier la reconnaissance de leur ancienneté) entraînent un impact financier non négligeable pour FMM pouvant être évalué à ce jour à 0,6 M€, mais non prévu dans le COM 2016 – 2020 signé en avril 2017 (ce point a fait l'objet d'une présentation aux tutelles début juillet dernier ainsi qu'au CA de FMM du 11 juillet) ;
- **Le contexte sécuritaire** qui nous a conduit, sur recommandation du Ministère de l'Intérieur, à renforcer notre dispositif sécuritaire au-delà des mesures déjà prévues dans le COM, à la suite des menaces proférées à notre encontre par Daech (impact de 0,3 M€) ;
- **Le lancement de la nouvelle offre de France 24 en espagnol** fin septembre 2017 pour un coût incompressible en année pleine sur 2018 de 7,3 M€. Ce budget, calculé au plus serré, a fait l'objet d'un engagement de l'Etat sur un financement intégral et spécifique afin que FMM ne soit pas amenée à réduire ses activités et missions existantes pour financer, même partiellement, ce nouvel objectif. Si tel n'avait pas été le cas, FMM aurait renoncé à lancer France 24 en espagnol. En effet, la décision de l'entreprise de délocaliser en Colombie cette nouvelle rédaction de France 24 (dans un souci d'optimisation des coûts) n'a pu être acceptée en interne qu'avec l'engagement que les créations d'emplois à Bogota ne seraient pas financées par des suppressions d'emplois à Paris.

L'arbitrage budgétaire figurant dans le PLF pour 2018 et la prise en compte de la problématique de l'ancienneté des pigistes et de la sécurité imposent à l'entreprise de faire de nouvelles économies à due concurrence, soit de porter à 2,8 M€ a minima le montant total des économies recherchées, ceci sans préjuger de ce que fera apparaître le processus budgétaire interne en cours pour 2018 (cf notamment le risque important de retard sur les recettes publicitaires de France 24 et l'alignement de la réglementation publicitaire de RFI sur Radio France prévu dans le COM mais non effectué). **Cette situation place donc FMM dans une position compliquée car la société a épuisé ses marges de manœuvre au cours des derniers années et ne peut réaliser d'économies qu'en renonçant à certaines de ses missions.**

## **2 / Un arbitrage qui impose à FMM de prendre des décisions remettant en cause certains acquis importants**

Dans le cadre d'une situation de recherche d'économies qui s'impose à FMM, la réflexion a été guidée par l'objectif de causer le moins d'impact possible à l'entreprise afin de préserver son cœur de métier, de ne pas remettre en cause une paix sociale acquise après une période de grands troubles, de ne pas nuire aux projets d'ores et déjà engagés et de préserver la transformation numérique. Toutefois, suite à l'arbitrage de l'Etat, les économies envisagées par FMM vont conduire le groupe à prendre des décisions remettant en cause certains acquis importants.

Il faut bien préciser que ces pistes ne s'envisagent que sous réserve des avis du Conseil d'Administration et du Comité d'Entreprise de FMM.

- La réflexion sur les pistes d'économies demandées conduit d'abord à rappeler que FMM est une entreprise de main d'œuvre et que toute baisse de la proposition éditoriale affecte nécessairement les emplois. En effet, tous les contenus sont fabriqués par des salariés et le recours à la production externe est quasiment inexistant. Une quelconque réduction de l'offre éditoriale de FMM se traduirait donc par un plan de licenciement.  
Si on veut préserver les acquis de l'entreprise, les seules marges de manœuvre possibles concernent :
  - des **départs ciblés** de cadres non remplacés pouvant générer une économie en année pleine de l'ordre de 0,5 M€ (mais avec des coûts exceptionnels de départ compris entre 1,3 et 1,5 M€ à prendre en compte dès 2017) ;
  - la **remise en cause de certains objectifs éditoriaux au niveau des rédactions décentralisées** de RFI (économie annuelle potentielle de 0,7 M€) ;
  
- Une autre piste d'économie consiste à **alléger le dispositif de distribution mondiale de France 24**, mais cela impose de renoncer à des zones stratégiques d'audience, affaiblissant par là même la présence des médias de FMM à l'international. Cet exercice suppose de prendre en compte les dates d'échéance des contrats, leur montant et les résultats d'audience associés.  
D'ores et déjà, à titre conservatoire et compte tenu de son montant (0,9 M€), le contrat avec Time Warner (desserte de France 24 sur le Câble à New York et Los Angeles) qui arrivait à échéance de renouvellement le 30 septembre, a été dénoncé. Cette décision arrive sans doute trop tôt car la bascule de la distribution par câble vers internet n'est pas encore complètement effective.  
D'autres contrats de distribution pourraient également ne pas être reconduits, à l'instar du contrat assurant la couverture de la Scandinavie (Telenor pour 0,3 M€).
  
- Enfin, dans le cadre de **la renégociation de son contrat avec la SPRE**, FMM a saisi le Ministère de la Culture pour un arbitrage dans le conflit qui l'oppose à cet organisme. Un arbitrage équitable, qui reviendrait sur une partie des rémunérations que nous versons indûment à cet organisme pourrait permettre de dégager une économie en année pleine de l'ordre de 0,3 M€.

Nous entendons la nécessité pour toutes les entreprises de l'audiovisuel public de faire des économies et FMM a montré au cours des dernières années sa capacité de transformation. Mais il nous apparaît important de souligner que précisément en raison des efforts déjà réalisés, les économies demandées et celles qui s'imposaient déjà à l'entreprise conduisent à des décisions lourdes de conséquences pour la présence audiovisuelle française dans le monde. Or, toute position abandonnée sur la scène internationale est très difficile et coûteuse à reconquérir, ceci à un moment où les idées et les valeurs de la France ont plus que jamais besoin d'être portées partout dans le monde.