

« Pages journalistes » : Google rédacteur en chef

Les projets « page journaliste » et newsletters locales récemment avancés par la direction ont pour caractéristique commune de proposer d'utiliser la photo des consœurs et confrères à des fins de marketing. C'est un cap inédit. Jusqu'à présent, la présentation de l'effigie des journalistes sur les supports print et web était limitée à un certain nombre de cas : l'arrivée dans une nouvelle rédaction, la participation à un débat public ou à l'animation d'une émission de télé ou l'interview de l'un ou l'une d'entre nous.

Désormais, ce qui se fait déjà, plus ou moins couramment, dans l'information audiovisuelle et parfois dans la presse écrite, va se généraliser. Les journalistes qui publient des articles sont donc invités à mettre en ligne leur biographie illustrée, au nom de la « **modernité** » et de la « **proximité avec les lecteurs** ». Ou plus prosaïquement, parce que, selon le directeur des services numériques intervenant au CSE jeudi 20 janvier, Google préfère les articles « **rédigés par des vraies personnes** » (plutôt que par des robots) et que les articles signés sont mieux référencés. « **L'objectif est de créer de l'audience et de développer l'engagement** », résume le chef de projet (des services numériques).

Les élus du SNJ ont mis en garde la direction contre le risque que cela peut faire courir aux journalistes régulièrement confrontés à la violence de certains manifestants ou mouvement de foules. Faut-il rappeler les incidents récemment survenus à Caen, les collègues poursuivis et pris pour cibles personnellement, et autres faits graves qui ont émaillé ces derniers mois la couverture d'événements sociaux très « chauds » ? L'entreprise portera une lourde part de responsabilité si des journalistes d'*Ouest-France* sont agressés, pris à partie, ou ne serait-ce qu'inquiétés après avoir été reconnus dans les colonnes du journal ou sur le site. Incohérence ou malencontreuse coïncidence ? Ces initiatives éclosent au moment où la direction dit, enfin, vouloir prendre en compte la prévention des risques psychosociaux.

La rédaction en chef précise que ces publications se feront sur la base du volontariat, et c'est bien la moindre des choses. Le SNJ sera vigilant à ce que cela reste facultatif et qu'aucune pression insidieuse ne soit utilisée pour convaincre des indécis. On doit pouvoir refuser sans risquer d'être mal vu.

Au-delà des risques encourus (RPS ou agression), cette démarche marque un tournant dans la culture de l'entreprise qui mettait en avant le collectif, plutôt que les individualités ; l'information plutôt que ceux qui la fabriquent. La proximité avec le lecteur se trouvait dans la pudeur, la retenue et la modestie. Un argument qui semble avoir touché le président du directoire. « **L'ADN d'*Ouest France* repose sur l'humilité, le fonctionnement collectif, de plain-pied avec le lecteur. Le vedettariat ne fait pas partie des ressorts qu'on veut voir prospérer** », a-t-il convenu.

● **Les effectifs secrets de la rédaction**

Jusqu'à il y a deux ans, la direction fournissait trois fois par an aux délégués, les effectifs « journalistes » pour chaque site, avec le détail, CDD, CDI, temps partiel, temps complet. C'est ce que prévoyait un accord paritaire signé en 2010, repris dans ses grandes lignes en juin 2019, dans l'accord instaurant une « commission rédaction » au sein du CSE.

L'un des grands enjeux de ces chiffres est de mesurer la précarité, que la direction s'est engagée, en 2009, à résorber sous cinq ans. Or, de ce point de vue, les données fournies actuellement sont inutilisables. Elles amalgament les types de contrats et ne précisent que les équivalents temps plein. On se demande, dans ces conditions, comment la direction peut mesurer ses performances en termes de réduction de la précarité et tenir ses engagements. Un autre enjeu était de vérifier que la charge de travail correspond aux moyens humains, site par site.

Pour les élus, c'est désormais mission impossible. Le service de la DRH et la rédaction en chef donnent des explications confuses à base « **d'extractions informatiques** » impossibles ou en accès restreint. Tout en reconnaissant que « **le flou nourrit le soupçon** ». On ne saurait mieux dire.

Voici quand même quelques éléments obtenus, non sans mal, pour 2021. Les 76 postes de journalistes vacants ont été partiellement pourvus par recrutements, mais en raison des 18 départs de l'année, il reste à nouveau 35 postes vacants. En 2022, 50 nouvelles embauches sont prévues et au moins huit départs à la retraite.

● **Risques psychosociaux : la direction au pied du mur**

38 % des salariés de l'entreprise sont exposés à un risque psychosocial (RPS). C'est l'un des enseignements de l'expertise réalisée par le cabinet Pennec. La direction se trouve maintenant au pied du mur. La loi est formelle (article L4121-1 du Code du travail) : c'est à elle, et elle seule, qu'incombe la responsabilité de réduire, sans attendre, les dys-

fonctionnements importants mis en évidence, faute de les avoir suffisamment prévenus. Avec une obligation de résultat.

C'est pourquoi le SNJ a refusé de participer à des « *groupes de travail* » informels, proposés par la direction et chargés de « *mettre en place un plan d'action* ». À chacun son rôle. Nous considérons qu'en l'absence d'engagements fermes, en termes de calendrier et d'objectifs de la part de la direction, ces groupes de travail n'apportent aucune garantie. En revanche, compte tenu de l'étendue et de la gravité des risques mis en évidence, nous avons proposé un autre dispositif afin de s'assurer qu'ils sont bien pris en compte et font l'objet de mesures adaptées, efficaces, dans un délai aussi bref que possible.

Cela passe à nos yeux par une négociation en vue de conclure un accord, doublé d'un comité de suivi chargé de veiller, dans le temps, à leur bonne mise en œuvre et à leur efficacité. Une proposition qui n'a reçu aucune réponse de la DRH.

● **Présidentielle : beaucoup d'idées mais avec quels moyens ?**

Deux cents reportages, douze « feuillets de vie quotidienne », la campagne en vidéo, un quiz, une newsletter, des podcasts, un forum interactif « Moi candidat », un comparateur de programme, une opération de fact-checking... La rédaction en chef foisonne d'idées pour la campagne de l'élection présidentielle. Avec de nobles intentions : inciter les citoyens à s'y intéresser et notamment les moins de 35 ans. Est-ce que les moyens pour la mise en œuvre sont au niveau de ces ambitions ? On s'interroge... Comment est modéré le forum « Moi candidat » ? Ce sont les algorithmes d'un sous-traitant (Logora) qui s'en occupent. Avec, inévitablement, des trous dans la raquette : ainsi, parmi les « **bonnes idées** » proposées par des internautes, on a pu lire : « **Il faut rendre la France aux Français** » ou « **Votez Zemmour** ».

De quelle façon veille-t-on au traitement des candidats « **équitable et non partisan** »,

promis par le rédacteur en chef ? « **On fait comme on a toujours fait, en y veillant au jour le jour** », répondent ses adjoints. Une réponse pas forcément rassurante. Lors de la dernière élection présidentielle, la direction avait choisi son camp, allant jusqu'à appeler à voter Macron.

- **Des vidéos de plus en plus envahissantes**

C'est à nouveau la marotte de la rédaction en chef : multiplier les vidéos sur la plateforme internet. Tous les rédacteurs sont fermement invités à une formation (obligatoire) pour apprendre à utiliser les nouvelles applis de tournage et montage installées sur les iPhone. Pourquoi cette obsession pour les images qui bougent, qui n'apportent pas toujours d'infos supplémentaires par rapport aux textes et photos qu'il faut quand même produire ? « **85 % des contenus consultés contiennent de la vidéo ; Google les référence mieux** », répond le rédacteur en chef délégué chargé du web. Surtout : « **Ça génère des revenus publicitaires importants.** » 1,2 million d'euros en 2021, soit environ un dixième du chiffre d'affaires publicitaire du web (en forte baisse). Faut-il rappeler (*bis*) que la mission des journalistes est, avant tout, d'informer ?

Sous cette pression insistante, on est passé, entre septembre et janvier, de 200 à 700 vidéos mises en ligne, les deux tiers réalisées par les rédactions locales. Les élus ont, une nouvelle fois, alerté la rédaction en chef sur le poids de ce travail dans les journées déjà chargées. Après avoir longtemps prétendu que ça se faisait en quelques clics et en un rien de temps, la rédaction en chef admet, à présent, qu'un tournage prend « **entre 10 et 30 minutes** » et un montage « **entre une demi-heure et une heure trente** ». Le problème, c'est que ces tâches chronophages s'ajoutent à toutes les autres. La charte des vidéos, élaborée dans la foulée de l'accord multimédia (2007), stipule : « **Le sujet vidéo est confié à un journaliste formé et dédié à ce sujet ; il disposera du temps nécessaire à la préparation, au tournage et au montage du sujet.** » Tout ça

devant tenir, rappelons-le, dans une journée de travail normale.

- **Cybersécurité : une sensibilisation qui n'est pas obligatoire**

L'insistance lourde des mails de rappel a fini par en exaspérer plus d'un. Surtout quand certains chefs intermédiaires un peu trop zélés jugent bon d'en rajouter. Les élus ont à nouveau posé la question à la direction : la « **sensibilisation** » à la cybersécurité est-elle une formation obligatoire ? Et, dans ce cas, à quel moment doit-elle s'intégrer dans les journées de travail des salariés ? La réponse de la direction est désormais claire, même si l'esprit de la démarche ne l'est pas. Il s'agit bien d'une « **sensibilisation** » qui n'est pas obligatoire. Autrement dit, personne ne sera sanctionné s'il ne s'y plie pas.

Pourtant, craignant de nouvelles cyberattaques, la direction insiste beaucoup sur l'importance de sécuriser l'utilisation des outils numériques. Ce que personne ne conteste. Il aurait donc été plus cohérent de mettre en place une véritable formation et de l'inscrire dans le temps de travail. Mais, évidemment, cela aurait eu un autre coût. Visiblement, la direction n'estime pas pertinent de faire cet investissement.

- **Projet Gaming : « Une progression intéressante »**

Engagé en juin dernier, le projet *Gaming* a démarré doucement avec une « **progression intéressante** » au fil des semaines, assure la rédaction en chef. 75 % des gens qui fréquentent la « **verticale du gaming** » ont entre 18 et 25 ans. 19 849 personnes sont inscrites à la newsletter hebdomadaire, dont 6 500 abonnés. Des *live* ont été organisés sur Twitch avec plus ou moins de succès, même s'ils ont bien été repérés. Côté évolution : l'intégration dans l'appli ouest-france.fr, des podcasts, des projets autour du e-Sport, et des partenariats avec des événements et structures existants... L'objectif étant d'atteindre un million de pages vues mensuelles d'ici au mois d'avril.

Un des deux CDD mobilisés sur le projet « n'a pas été reconduit au 1^{er} janvier. L'autre l'a été pour six mois (jusqu'à fin juin). Un bilan sera fait avant l'été », note la rédaction en chef.

Kelio La direction a donné le calendrier de la mise en œuvre de Kelio, l'outil de « gestion des temps » à la rédaction. Les tests se poursuivent jusqu'à mai ou juin. En juillet, un nouveau point sera fait devant les élus du CSE. Et le 1^{er} septembre, si tout se passe comme prévu, le logiciel sera mis en place à la rédaction pour l'exercice 2022-2023 en lieu et place du Poga. Commentaire d'un élu ouvrier, passé à Kelio depuis plusieurs mois : « **Vous allez vite regretter le Poga.** » Ça promet... Le SNJ veillera notamment à ce que la déclinaison « rédaction » de Kelio inclue l'option de mesures des dépassements horaires, comme pour d'autres catégories de personnel.

- **Association pour le journal des lycées : un besoin d'informations**

Selon la direction, une cinquantaine de lycées publics et privés du Grand Ouest bénéficient d'actions d'éducation aux médias, proposées par l'Association du journal des lycées. Celle-ci aide les établissements à réaliser un journal (une à trois parutions par an), grâce à une équipe de trois journalistes permanents et l'intervention de journalistes bénévoles. Cette association loi 1901, logée dans l'immeuble des Veyettes, à Chantepie, perçoit de chaque lycée « **une participation de 2 400 € par an ; l'Association pour le soutien des principes de la démocratie humaniste** (propriétaire du journal) **apporte une dotation, de même que neuf sociétés du groupe Sipa** ». Président, secrétaire et trésorier sont des salariés d'Instrasipa ou d'Ouest-France qui interviennent dans ce cadre bénévolement (le président est le directeur juridique et financier de Sipa). Quel est le budget de cette association ? Quel est le

montant de la participation d'Ouest-France ? Ces questions sont restées sans réponses.

- **Le médecin reçoit les salariés à la demande**

Les élus ont voté, à l'unanimité, la nomination du médecin du travail, lors du CSE. Le D^r Thomas Gouyet a pris ses fonctions à la mi-décembre. Bien que l'entreprise n'ait pas encore l'agrément de l'administration, il a l'autorisation du médecin inspecteur du travail d'effectuer les visites les plus urgentes pour les salariés qui ont été en arrêt maladie ou accident du travail pendant au moins un mois. Le médecin peut aussi recevoir les salariés de son périmètre (siège, rédactions du Pré-Botté et de Vitré, DCM et DLD des départements pour Ouest-France) qui le lui demandent. Le service de santé répond aux questions pratiques de tous les salariés à propos de la pandémie, des protocoles... Ce sont les RH de secteur qui sont chargés du suivi des cas Covid de l'entreprise.

Le service médical et le service social devraient emménager, en février, dans les bungalows qui les accueilleront le temps des travaux de la tour.

À noter que le médecin n'est plus salarié d'Ouest-France mais d'Instrasipa.

- **Télétravail contraint : les RH arbitrent les désaccords**

Trois jours de télétravail par semaine : la consigne de l'État est plutôt vague pour une entreprise qui tourne sept jours sur sept et emploie des salariés à temps partiel. En cas de désaccord entre un salarié et son chef, le salarié peut interpeller le service des Ressources humaines et présenter ses arguments pour davantage ou moins de télétravail.

- **ADD corvéables à merci : cela doit cesser !**

Les assistantes départementales voient leurs listes de mission s'allonger d'année en année. Lorsqu'elles doivent s'absenter de leur poste, ce sont les ADD des départements voisins – déjà débordées – qui prennent la main sur certains outils comme le Poga. Mais

la nomination d'adjoints serait beaucoup plus efficace et rééquilibrerait la charge de travail de ces piliers de l'organisation des rédactions. C'est ce qu'ont réaffirmé les élus du CSE. Un projet de réorganisation a été promis aux secrétaires et ADD, par la rédaction en chef, il y a presque deux ans...

- **Service RH : toujours pas au complet**

Sur les trois cadres des ressources humaines en arrêt depuis novembre, deux sont revenues au travail. Les élus ont appris, sur l'intranet, la nomination d'une assistante RRH recrutée pour les secteurs informatique, DCM, administratifs, permettant à une autre de passer à plein temps pour l'industrie.

Une personne qui sera chargée de la communication interne est toujours recherchée. Une de ses premières missions sera de créer un livret d'accueil des nouveaux embauchés et CDD, livret réclamé depuis des années par les élus.

- **Référent RH pour les journalistes pigistes ?**

Les journalistes rémunérés à la pige ne sont pas suivis par la direction des ressources humaines comme les autres salariés. Une bizarrerie qui est le fruit de l'histoire, explique la responsable RH de la rédaction. Mais face à la complexification des procédures et des outils (entretiens d'évaluation, visites médicales, etc.), les élus SNJ demandent qu'ils soient traités comme les autres journalistes. La rédaction en chef, qui assurait jusqu'à présent ce suivi, est d'accord pour y travailler. Affaire à suivre.

- **L'avenir des secrétaires dans les rédactions**

Voilà presque deux ans que les secrétaires attendent de savoir quelle sera leur place dans l'organisation des rédactions. Qu'on leur parle d'une réorganisation de leurs missions. Mais elles ne voient toujours rien venir. « **Nous avons voulu faire un inventaire des fiches de missions des secrétaires, et nous avons découvert qu'il y a presque autant de fiches que d'emplois,** indique la

responsable ressources humaines. **Il faut que nous fassions le point avec les ADD (assistantes départementales) pour lister les missions et élaborer les fiches utiles à partir desquelles il sera possible de coter les postes et de déterminer les effectifs cible.** » Les ADD ayant, notamment, pour cette année la mission de mettre en place Kelio, pas sûr que le sort des secrétaires soit clarifié en 2022...

- **Revalorisations salariales à la rédaction**

Une commission se réunira en février pour étudier les demandes d'augmentations. La REC indique avoir reçu une soixantaine de demandes. Les réponses seront données courant février. Sont présents dans cette commission : le DRH, le DG (Philippe Toulemonde), le RRH, le rédacteur en chef et le REC adjoint.

- **Sessions des CDD et stagiaires**

Les CDD et stagiaires qui prennent leur poste sont quasiment systématiquement confrontés à des problèmes d'accès à leur session le premier jour, voire les deux ou trois jours suivants leur arrivée. Les élus du SNJ le signalent depuis plusieurs mois. Outre que cela complique la production et l'organisation des services, cela nuit à la sécurité informatique. Une énième fois, le service RH explique que cela vient d'un outil défaillant entre le service RH et les autres services. Et, c'est nouveau, qu'il existe aussi des difficultés liées à un accès restreint à ces données. Un nouvel outil a été validé par le groupe Sipa, indique la RRH. Quant à savoir quand il sera opérationnel, c'est une autre histoire...

- **Stagiaires école pour l'été**

Il semble que les conventions passées avec les écoles pour les stagiaires été prévoient des journées de travail de 7 heures. La RRH confirme : une journée est entière si le stagiaire a fait 7 heures et son stage est validé s'il a effectué 22 jours de travail dans son mois. Problème : la journée de travail « normale », à Ouest-France, fait 7 heures 48 mi-

notes pour les journalistes, avec deux jours de RTT par mois. Ces jours sont-ils bien accordés aux stagiaires été et comptés dans les jours travaillés pour qu'ils puissent valider leur stage ? La RRH va étudier la question...

- **Nouvelle convention collective employés, ouvriers et cadres**

Après des négociations menées, au niveau national, l'an dernier par les syndicats concernés et les organisations d'employeurs, parallèlement au « plan filière », une nouvelle convention collective a été signée. Elle concerne les ouvriers, les employés et les cadres. La direction a annoncé qu'une information leur serait adressée pour les informer des modifications. Pour les journalistes d'Ouest-France, pas de changement : ils relèvent toujours de la convention collective des journalistes (IDCC 1480).

- **Deux tests de newsletters locales**

Vitré, Pontivy. Deux salles deux ambiances pour les tests d'infolettres, comme on dit au Québec, lancés fin 2021. Il s'agit de proposer à des abonnés au journal et à des non-abonnés de recevoir une fois par semaine un point sur l'actualité de leur secteur. La différence entre les deux sites ? À Vitré, un CDD a été recruté à 80 % pour participer à la production de contenus originaux ; à Pontivy, le renfort est moindre et la *newsletter* contient des contenus déjà proposés dans le journal ou sur le site, explique la rédaction en chef. D'ici à mai ou juin, la direction fera le point sur ces deux expériences (et sur celle menée par Le Maine libre à La Flèche). L'objectif est de générer des abonnements. Si l'essai est concluant, la direction pourrait étendre ces nouveaux produits à d'autres secteurs et à des villes plus importantes.

- **Page journaliste : une « bibliothèque » à son nom**

Chaque rédacteur aura prochainement la possibilité d'avoir une page à son nom, une « **bibliothèque** » qui regroupera ses papiers parus. Un internaute pourra consulter cette

page et s'y inscrire. D'ores et déjà, une trentaine de journalistes sont volontaires. « **Il n'y aura pas d'obligation, pas de statistiques** », assure la direction qui espère quand même une forte adhésion au projet. Rappelons que si des collègues subissent des sollicitations un peu trop appuyées alors qu'a priori, ils ne sont pas partants, les élus du SNJ seront à leur écoute.

Par ailleurs, un article est une production collective à laquelle concourent photographes et secrétaires de rédaction, ont fait remarquer les élus lors du CSE. Il serait bon de trouver un moyen de valoriser leur travail et, par exemple, de mentionner le nom des SR. La direction convient que le sujet mérite réflexion.

629 174

C'est le nombre d'exemplaires vendus, en moyenne, chaque jour de 2021, par *Ouest-France* (ventes « papier » et numérique). Un chiffre en hausse de 1,4 % par rapport à la moyenne de 2020 (données OJD transmises au CSE). L'an dernier, la diffusion « papier » (journaux vendus plus exemplaires gratuits) s'est élevée à environ 543 600 exemplaires par jour, en baisse de 3,1 % par rapport à 2020. La diffusion numérique s'est établie à 97 500 exemplaires, en hausse de 35 %.

493 384

C'était, en décembre 2021, le nombre d'abonnés aux différents médias proposés par *Ouest-France*. 85 % ont reçu la version « papier ».

390 087

C'est le nombre d'exemplaires du dOF vendus en moyenne, chaque dimanche de 2021, (ventes « papier » et numériques). Soit une hausse de 4,9 % par rapport à la moyenne de 2020 (données OJD transmises au CSE).

Contactez-nous :

snj@ouest-france.fr

contact@snj-of.fr