

France TV opte pour la transversalité

Audiovisuel Le groupe vient d'adopter une organisation par genres et par thèmes.

Entretien Caroline Gourdin
à Paris

Depuis le premier janvier, France Télévisions a mis en place un nouvel organigramme. L'évolution des médias publics européens a été une source d'inspiration, comme l'explique Alexandre Dureux, adjoint à la direction générale délégué aux antennes et programmes.

Quel est l'objectif de cette nouvelle organisation ?

Ce processus a été initié au premier semestre 2018 par la présidente Delphine Ernotte Cunci et le comité exécutif de France Télévisions. Il faut s'adapter à l'évolution des usages des téléspectateurs, comme partout en Europe, avec notamment l'affaiblissement léger de la télévision linéaire et le déplacement d'audience vers la consommation non linéaire : la télévision de rattrapage ou les plateformes de vidéo. Nous avons étudié l'ensemble des organisations des médias publics européens, dont la RTBF, puis mis en place une trentaine d'ateliers, adressé des questionnaires aux 650 collaborateurs des antennes et programmes pour concevoir cette organisation qui remet le public au cœur de la réflexion stratégique.

Cela se traduit comment ?

Cela se traduit par une analyse des attentes des publics, par exemple au travers de la consultation citoyenne lancée avec Radio France fin 2018. Et nous avons mis en place une organisation par genre de programmes (fiction, documentaire, magazine, jeux, variétés et divertissements) et aussi par thématiques (jeunes publics, culture, éducation).

Quelles sont les principales difficultés ?

Nous avons conçu de nouveaux espaces de travail par genre, plus des espaces collaboratifs, dans un bâtiment où travaillaient déjà les équipes du numérique et de la jeunesse. Des travaux vont être effectués dans la maison France Télévisions pour un an environ. L'autre contrainte était de mettre les bonnes personnes au bon endroit, et que chacun comprenne clairement les missions assumées par les uns et les autres.

Il y a aussi une organisation verticale ?

Il y avait une direction exécutive pour chaque chaîne et nous avons mis en place une direction des antennes, linéaires et numériques. Par exemple, il y a une direction commune de France 2 et de France 4, et une autre de France 3 et de France Ô, pour des raisons de publics. France 2 et France 4 s'associent pour que les équipes puissent travailler ensemble quand France 4 basculera sur le numérique. Pour France 3 et France Ô, on travaille autour de la notion de proximité.

La transversalité a été tentée plusieurs fois par le passé, sans succès...

En 2010, cette réorganisation n'avait pas été mise en place de manière aussi aboutie et concertée. Les usages du téléspectateur n'étaient pas les mêmes, les chaînes de la TNT venaient d'apparaître, le numérique n'était pas développé à ce point.

Y a-t-il des craintes des producteurs par rapport à un guichet unique ?

En 2010, les guichets uniques avaient fait beaucoup de mal sur le plan de la relation de France TV avec les producteurs. Nous avons pris cela en compte, et créé des pôles au sein de chaque unité. Les documentaires sont organisés par thématique, comme le pôle Histoire et Culture. Et les magazines, par thématique et par genre. Les conseillers de programmes offrent une pluralité de regards sur les différents projets, et en fonction des chaînes, ils ne vont pas aller chercher les mêmes propositions. La nouvelle organisation, en place depuis le premier janvier, a été expliquée aux producteurs qui connaissent dorénavant les personnes qui prennent en charge les différentes entités. D'ici quelques semaines, cela devrait être totalement opérationnel.

650

collaborateurs

des antennes et programmes de France Télévisions ont été consultés pour concevoir la nouvelle organisation.