



**DOCUMENT D'ORIENTATION**  
**ADOPTÉ AU CONGRÈS**  
**DE MARSEILLE LE 17 OCTOBRE 2013**

**Partie A — L'état des lieux**

**I/ Préambule**

1/ Dans l'audiovisuel

2/ Dans la presse écrite

**II/ L'information de plus en plus aux mains des industriels et des financiers**

1/ La presse écrite

2/ L'audiovisuel public aux mains des comptables

3/ Les télévisions et radios privées

4/ Les médias associatifs

**III/ Les conséquences sur les conditions de travail. Une profession de plus en plus précarisée et malmenée**

1/ L'emploi sacrifié

2/ Une précarité organisée

3/ Un travail déqualifié qui entraîne un appauvrissement des contenus

4/ Comment les patrons utilisent les droits d'auteur pour affaiblir la profession

**IV/ Vers un nouveau modèle économique ?**

## **Partie B — Le changement maintenant ! Nos axes revendicatifs**

### **I/ Renforcer l'indépendance des journalistes, un impératif démocratique**

- 1/ Obtenir enfin l'indépendance juridique des rédactions
- 2/ Lutter pour de nouveaux droits
- 3/ Défendre le statut et notre qualité d'auteur

### **II/ Réformer le statut des entreprises de presse et le système des aides à la presse**

- 1/ Améliorer le statut des entreprises de presse
- 2/ Les aides à la presse doivent être conditionnées et contrôlées

### **III/ Combattre la précarité**

- 1/ Développer les luttes pour les requalifications en CDI
- 2/ Baser la rémunération des pigistes sur le temps de travail

### **IV/Valoriser le métier et imposer des négociations sur les nouvelles qualifications**

- 1/ Le travail du journaliste sur les sites d'information en ligne (« pure players »)
- 2/ Le travail du journaliste sur les médias numériques
- 3/ Les écoles de journalisme

### **V/ Revaloriser les salaires et faire respecter la législation sur le temps de travail**

- 1/ Salaires : améliorer le pouvoir d'achat des journalistes
- 2/ Temps de travail : respecter la convention collective et les accords RTT
- 3/ Journalistes encadrants
- 4/ Diversité culturelle et sociale
- 5/ Droits des salariés dans l'entreprise

### **VI/ Pour un pôle public de l'information**

- 1/ La loi sur l'audiovisuel public

2/ Une convention collective de tout l'audiovisuel public

3/ L'abolition des décrets « Tasca » à France Télévisions

### **VII/ Garantir l'indépendance de l'AFP, toujours menacée**

### **VIII/ Presse progressiste et presse syndicale**

## **Partie C — Le syndicalisme CGT chez les journalistes. La place du SNJ-CGT dans la CGT**

### **I/ L'influence du SNJ-CGT, une légitimité renforcée**

1/ Des résultats électoraux encourageants dans le cadre de la loi sur la représentativité

2/ Un acteur incontournable au sein de la profession

3/ Une forte activité internationale qu'il nous faut encore développer

### **II/ Le SNJ-CGT, fédération des journalistes de la CGT**

1/ Une visibilité accrue au sein de la confédération

2/ Renforcer les convergences avec les autres catégories de salariés

3/ L'enjeu crucial de la syndicalisation

### **III/ Pour une fédération de la culture et de l'information**

1/ La conférence nationale du 9 novembre 2011

2/ Le rapprochement avec la fédération du Spectacle CGT

### **Annexes**

1/ Charte de 1971 (Munich) : « Déclaration des devoirs et des droits des journalistes ». Revue par le SNJ-CGT en Janvier 2011.

2/ « La place du SNJ-CGT dans la CGT : auteurs et créateurs relèvent ensemble le défi des contenus culturels. » Résolution adoptée à l'unanimité par la conférence nationale du SNJ-CGT le 9 novembre 2011.

Depuis notre dernier congrès (Lille 29-31 mars 2010), la profession, et plus généralement les entreprises de presse, se sont enfoncées dans la crise. Après l'ère Sarkozy et ses catastrophiques conséquences dans notre secteur comme dans tout le reste de la société, l'avènement d'un président socialiste qui avait fait du changement sa devise, pouvait susciter quelques espoirs. François Hollande s'était engagé dans une réponse à notre syndicat, le 29 mars 2012, à lutter contre les concentrations dans les médias, à élaborer un texte de loi assurant l'indépendance des rédactions, à mieux protéger les sources des journalistes et à revoir la loi Hadopi en garantissant mieux les droits d'auteurs des journalistes.

Un an et demi après son élection, aucune mesure favorable n'a été prise, même pas celles qu'il nous avait promises. La loi sur la réforme du CSA est loin de correspondre à la nécessaire démocratisation de cette instance. Même le projet de loi sur la protection des sources est, en l'état, décevant, voire dangereux (voir plus loin). Au contraire, les concentrations dans la presse se sont accélérées et l'indépendance des rédactions vis-à-vis des pouvoirs financiers et politiques n'est toujours pas garantie. Avec la disparition de titres, les mutualisations de contenus (imposées à de nombreuses rédactions), et par là même, leur uniformisation, voire leur nivellement, le pluralisme est réellement mis à mal, dans l'indifférence, voire avec l'aval, des politiques. Les lecteurs se détournent de ces journaux appauvris et les quotidiens, incapables d'innover, peinent à trouver un nouveau lectorat. D'une manière générale, la méfiance du public vis-à-vis de l'information, qu'elle soit écrite ou audiovisuelle, ne cesse de croître. On se méfie d'autant plus des journalistes que leur indépendance n'est ni assurée ni protégée.

Le SNJ-CGT reste attaché aux valeurs défendues, il y a 70 ans, par le Conseil National de la Résistance (pluralisme, indépendance des titres, transparence sur l'actionariat, distribution mutualisée...), démantelées par les pouvoirs successifs.

## **Partie A — L'état des lieux**

### **I/ Préambule**

Les industries de la culture, de l'information et de la communication (ICIC) sont placées sous une triple influence :

- La financiarisation consécutive à la libéralisation des mouvements de capitaux au niveau mondial, à partir de la fin des années 1970, sous l'influence des groupes industriels détenteurs d'énormes capitaux à investir. Le monde de la communication était censé devenir le nouveau paradis du capitalisme. Cette financiarisation asservit les groupes aux lois du capital, notamment en matière de valorisation : cela se traduit par le renforcement du poids de la publicité, du marketing et la « nécessité » de chercher de nouveaux modes de valorisation pour répondre aux attentes des actionnaires.
- Les concentrations se sont poursuivies et ont touché en premier lieu la PQR. La presse régionale est maintenant aux mains de six groupes qui se partagent le

territoire français. Le cas le plus emblématique étant celui du Crédit Mutuel qui règne sur la façade Est (plus d'un million d'exemplaires par jour). Suivent *Ouest France*, le groupe belge Rossel, Centre France-NRCO, le groupe Sud-Ouest (GSO), *La Dépêche* et les restes du groupe Hersant Média (GSM) dans le Sud-Est, Nice-Matin. Le constat est le même pour la Presse quotidienne nationale (Dassault, LVMH, Niel/Bergé/Pigasse, Rothschild) ou la presse magazine depuis longtemps contrôlée par des oligopoles (Lagardère, Bertelsmann, Mondadori).

- Le développement d'Internet (et l'apparition du Web 2.0) et la numérisation des données déstabilisent profondément les modèles économiques de la presse. La dématérialisation des supports permet une diffusion immédiate et un contact commercial « individualisé » avec l'utilisateur. Sans oublier la dématérialisation des lieux de création qui entraîne une explosion du nombre de salariés précaires, dispersés et isolés.

Quels que soient les problèmes de rentabilité du secteur médiatique, celui-ci joue un rôle déterminant dans la "fabrique du consentement" social. Que montrer, dire ou taire ? Par quoi ouvrir un journal ? Comment traiter des mobilisations sociales ? Quel rôle dédié aux "experts" et autres "éditocrates" ? Plus que jamais, en période de crise, ces questions participent de l'affrontement pour une information pluraliste, qui donnerait à voir aux citoyen(e)s l'existence d'autres solutions que celles du néolibéralisme.

Depuis notre congrès de Lille, ce triptyque (financiarisation, concentration et révolution numérique) a engendré de profonds bouleversements dans le secteur des médias.

## **1/ Dans l'audiovisuel**

On note la multiplication des fréquences et des chaînes de la TNT, le développement de l'info sur les sites web des chaînes, la consommation de la télévision sur de nouveaux écrans (ordinateur, tablette, téléphone mobile) et la possibilité de créer son programme à la demande. L'attribution des fréquences de la TNT a été un véritable scandale sur lequel le gouvernement Ayrault n'est pas revenu. Il a ainsi été de fait interdit à France Télévisions (FTV) de présenter tout projet de développement (chaîne enfant, sport, spectacles...). Bénéficiaires des fréquences, les groupes privés, souvent propriétaires d'un bouquet de chaînes, proposent des rediffusions de programmes achetés peu cher, mais générateurs d'audiences et, surtout, de recettes publicitaires. Cet émiettement des audiences et des recettes fragilise surtout la télévision publique.

En juin, l'incroyable fermeture – brutale et autoritaire – de l'audiovisuel public grec et le licenciement de tous ses personnels autorisent toutes les inquiétudes sur la pérennité des entreprises publiques de l'audiovisuel en Europe et donc en France. Quelle assurance avons-nous du maintien de France Télévisions dans son périmètre actuel, d'autant plus que le programme du PS adopté en 2011 envisage cette redéfinition du secteur. Le « serpent de mer » de la privatisation d'une des chaînes

publiques françaises refait surface ! Pour France Télévisions, à qui le gouvernement demande de partager les conséquences de la crise et les « efforts demandés à tous les Français », la situation financière est catastrophique : FTV subit à la fois des pertes de ressources publicitaires, une baisse des dotations d'État aggravée par une ponction supplémentaire de la tutelle malgré la hausse de la redevance (FTV va perdre en 2013 au moins 160 millions d'euros de budget). FTV, qui a perdu toutes ses recettes publicitaires en soirée, est l'objet d'un tir de barrage de l'audiovisuel privé (TF1, M6) auprès de la présidence et du gouvernement pour empêcher le retour d'une plage publicitaire entre 20 h et 21 h.

Le débat autour de la future Loi sur l'audiovisuel, reporté à 2014, devra faire l'objet de mobilisations. D'autant plus que l'avenant au Contrat d'Objectif et de Moyens (COM) de FTV aggrave la situation en amputant les moyens de 320 millions d'euros par rapport au COM précédent, que la direction de FTV a annoncé un nouveau plan de 650 suppressions d'emplois, mais aussi sa volonté d'appliquer la Loi découlant de l'ANI (janvier 2013) et qu'une réflexion sur l'avenir de France 3 est engagée.

A FTV, la signature le 28 mai 2013 – après quatre ans de négociation – d'un accord collectif global s'est opérée sous la contrainte économique et budgétaire ; les nouvelles dispositions générales, salariales, d'évolution de carrière, d'organisation du travail qui s'appliquent désormais aux journalistes de l'entreprise publique sont moins-disantes que l'ex avenant audiovisuel et que les accords antérieurs, en particulier pour les journalistes. La dénonciation de l'avenant, qui couvrait toutes les entreprises publiques, assurant des acquis identiques à tous les journalistes de l'audiovisuel public, a cassé cette couverture commune et de plus, a rendu plus fragiles les accords d'entreprises. Cette négociation a montré qu'au XXI<sup>e</sup> siècle, on tente de préserver des acquis sociaux plutôt que de chercher à en gagner !

Pour Radio France, la situation budgétaire n'est pas moins préoccupante. Les recettes publicitaires n'ont pas été affectées par la loi sur l'audiovisuel de 2008 mais l'effort demandé par le gouvernement, au nom de l'austérité, représente une diminution de budget d'environ 25 millions d'euros en 2013 par rapport à la trajectoire budgétaire qui était prévue dans le Contrat d'Objectifs et de Moyens (COM) 2010-2014. Les objectifs, eux, sont pourtant restés les mêmes: développement des nouveaux médias et du réseau France Bleu à emploi constant. Il faut donc faire plus avec moins de moyens.

Dans le même temps, Radio France est engagée depuis plusieurs années dans le chantier pharaonique de réhabilitation de la Maison de la Radio, qui pèse aussi sur le budget et dont le coût final est mal maîtrisé. Le départ forcé de RFI, auparavant locataire de ses locaux à la Maison de la Radio, représente un manque à gagner pour Radio France. Les restrictions budgétaires pèsent d'autant plus lourdement sur les conditions de travail et la qualité des programmes. La suppression des programmes en direct la nuit sur France Inter en est un exemple frappant.

A Radio France, l'opposition du SNJ-CGT, de la CFDT et de Sud a permis de repousser un accord qui aurait, là aussi, imposé un système salarial moins avantageux. Plutôt que de reprendre la négociation pour parvenir à un meilleur accord, la direction a imposé aux journalistes de Radio France des mesures unilatérales dont personne ne

peut se satisfaire.

Dans le groupe FMM (France Média Monde) les promesses des socialistes n'ont pas été tenues. Les deux plans sociaux de RFI ont débouché, ainsi que nous l'avions prédit, sur la réduction de la diffusion (coupure des ondes courtes sur l'Afrique) et la production, en particulier dans les rédactions en langues étrangères ; donc de la présence francophone à l'international.

Dans la filière audiovisuelle (bientôt imitée par l'écrit), l'information est devenue un produit d'appel et sert de plus en plus de prétexte à la commercialisation de « produits » (services aux particuliers, billetterie, vêtements, boutiques en ligne, téléachat de Bouygues-TF1...).

## **2/ Dans la presse écrite**

Le développement d'Internet a entraîné l'apparition de nouveaux acteurs, au départ producteurs de blogs d'actualités et agrégateurs de nouvelles, fabricants de matériels, fournisseurs de logiciels, opérateurs de télécommunications, fournisseurs d'accès à Internet (Apple, Nokia, Microsoft, Orange, Free, Google, Twitter, Facebook...).

Ces nouveaux acteurs sont demandeurs de contenus écrits et audiovisuels et ce sont eux qui drainent aujourd'hui les profits. Selon les éditeurs, ces dix dernières années, la presse généraliste papier a perdu 10 % de son chiffre d'affaires publicitaires (soit 1 milliard d'€) captés par Internet, alors que, dans le même temps, un millier de journalistes travaillent désormais uniquement sur les sites numériques des mêmes journaux. Les géants d'Internet, outre le fait qu'ils échappent scandaleusement à l'impôt, s'enrichissent en exploitant des contenus qu'ils ne financent pas. Les propriétaires de « tuyaux » profitent de la manne publicitaire et vendent des « profils de lecteurs » en refusant de payer, dans la majorité des cas, tout droit d'auteur aux journalistes et aux journaux. Devant ce pillage organisé, il faudrait une loi ponctionnant leurs recettes publicitaires proportionnellement au nombre de clic sur les journaux.

En février dernier, François Hollande a présenté comme un « événement mondial » un accord signé en grande pompe à l'Élysée avec Google. C'est une sombre plaisanterie. Google menaçait de désindexer tous les journaux français et les éditeurs, qui, tout comme le chef de l'État, se sont couchés. Alors que Google a, en France, un chiffre d'affaires publicitaires annuel de 1,3 milliard d'€, il ne paiera qu'une somme symbolique. Un seul versement de 60 millions d'€ pour aider quelques titres, choisis par Google et des patrons de presse dans l'opacité, pour leur reconversion numérique ! Et les profits continueront à engraisser les actionnaires de Google... en échappant à l'impôt.

## II/ L'information de plus en plus aux mains des industriels et des financiers

### 1/ La presse écrite

Secteur en crise si l'on en croit ses patrons, la presse continue pourtant à susciter de grandes convoitises. Grands patrons et banquiers n'hésitent pas à s'approprier les médias. Bernard Tapie, repris de justice, a racheté les journaux du pôle Sud de Groupe Hersant Média (GHM) à l'exilé fiscal Philippe Hersant : *La Provence, Nice Matin et Corse Matin*, plus 5 journaux et 3 radios d'outre-mer. Cinq mois plus tard, Tapie et Hersant divorcent ; Tapie garde la Provence à 100% et 25% de Nice Matin ; à Corse Presse, 50% pour Hersant, 50% pour Tapie. Au passage, les banques ont effacé une dette de 166 millions d'euros d'Hersant à condition qu'il soutienne financièrement ses journaux... ce qu'il refuse de faire ! Le groupe de presse belge Rossel qui convoitait ces mêmes titres a fait main basse sur les quotidiens du Nord-Est de la France. C'est en effet le 28 décembre 2012 que la vente du pôle Champagne-Ardenne Picardie (CAP) de GHM a été signée. Rossel, qui possédait déjà en France *La Voix du Nord, Nord Éclair, Nord Littoral* et *Le Courrier Picard*, a racheté *L'Union, Libération Champagne, L'Ardennais, L'Est Éclair* et *L'Aisne nouvelle*. L'Autorité de la concurrence a d'ailleurs autorisé cette prise de contrôle exclusif sans sourciller.

Encore plus fort ! Après avoir officiellement acquis en 2011 le groupe L'Est républicain, le Crédit Mutuel est devenu le premier éditeur français de la PQR. Il est désormais propriétaire du *Républicain lorrain*, de *L'Alsace*, du *Progrès*, du *Journal de Saône-et-Loire*, du *Bien Public*, du *Dauphiné libéré*, des *DNA*, de *l'Est Républicain*, de *Vosges Matin*... (11 titres plus les gratuits) et a même créé à Paris un bureau des informations générales qui réalise des pages identiques pour tous les titres de la banque, sur fond de réduction des abonnements à l'AFP. Quant à l'Autorité de la concurrence, elle a rédigé son avis sous la dictée de l'actionnaire.

Ces dernières années, Bernard Arnault, patron de l'empire du luxe LVMH et première fortune de France, a jeté son dévolu sur le quotidien économique *Les Échos*. François Pinault, via la holding Artémis, détient l'hebdomadaire *Le Point*, le groupe de presse financière *L'Agefi* ou les magazines *La Recherche, Historia* ou *Le Magazine Littéraire*... Le groupe Dassault possède toujours le Groupe Figaro (550 millions d'euros de chiffre d'affaires tout de même). Sans oublier Édouard de Rothschild, l'actionnaire de référence de *Libération*.

Quant au *Monde*, il est contrôlé depuis 2010 par la société Le Monde Libre, elle-même aux mains du trio BNP, Pierre Bergé, Mathieu Pigasse (patron de la banque Lazard en France), et Xavier Niel (le patron de Free) et du groupe espagnol Prisa (qui en détient 15 %).

La presse hebdomadaire est, elle aussi, victime de la course à la rentabilité des Groupes, de même que la presse périodique associative.



## **2/ L'audiovisuel public aux mains des comptables**

À FTV, la mission de service public pour l'information nationale est menacée dans son pluralisme, sa diversité et sa qualité par le projet – déjà à l'œuvre – de « fusion » des rédactions de France 2 et France 3 voulue par le directeur de l'info Thierry Thuillier et par le PDG Rémy Pflimlin d'ici à 2015. La « BFM-isation » de l'info de service public est en marche ! La tendance avait été lancée par le groupe Canal+, en lançant i-Télé : les journalistes devenaient « multitâches », avec des journées à rallonge.

La fabrication en interne des magazines d'information est de plus en plus remplacée par les commandes passées aux sociétés de production privée ; non seulement on ne valorise pas les « talents maison », mais on justifie ainsi par du sous-emploi un futur plan de suppressions de postes.

Quant à l'information régionale du réseau France 3, elle sert de plus en plus de variable d'ajustement économique par la suppression et la diminution des éditions d'information locale, la mutualisation et la concentration des moyens et de certains programmes (fabrication au niveau des pôles des bandes-annonces, de la météo, des agendas culturels, etc.), la suppression de magazines, la raréfaction des « prises d'antenne exceptionnelles » (PAE).

L'Audiovisuel extérieur de la France (AEF), rebaptisé France Médias Monde, regroupe depuis la loi du 5 mars 2009 France 24, RFI et sa filiale arabophone MCD. France 24, chaîne privée à bas coût, créée en 2006 et financée à moitié par France Télévisions et TF1, est entrée dans le giron du service public en 2009. Le gouvernement Sarkozy décide de rapprocher France 24 de RFI, plutôt que de l'arrimer à France Télévisions. Avec la volonté de montrer qu'il est possible de faire de la télévision avec des moyens humains et financiers très limités. Le résultat s'avère catastrophique.

L'exemple de France 24, créée sur le même modèle que BFM montre que la priorité n'est plus dans la recherche d'informations, mais bien dans la promotion et la diffusion des discours en direct des dirigeants de la planète. Un mode de fonctionnement moins coûteux que l'enquête et bien plus rentable pour l'image du pays qui s'approprie la chaîne d'information en continu. La tentation des financiers étant de mettre sous pression permanente les journalistes sans jamais leur donner la possibilité de respirer pour faire leur métier, c'est-à-dire la recherche d'informations. Une fonction léguée aux « experts » non journalistes, qui interviennent désormais comme des pseudo-journalistes, comme à France24.

Une fusion douloureuse a conduit à deux plans sociaux avec la suppression de 300 postes de travail à Radio France Internationale. L'État fera le choix de dépenser 42,3 millions d'euros pour le premier plan social (2009), 24 millions d'euros pour le deuxième (2011) et 44 millions d'euros pour le déménagement de RFI et MCD de la Maison de la Radio vers Issy-les-Moulineaux, pour un loyer plus élevé. Conséquences : un coût exorbitant, la perte d'expertises, la réduction de la production radio, la désorganisation de l'entreprise... Aujourd'hui, la direction confirme cet état de fait, qui a entraîné une augmentation du recours à la précarité

(30 % pour RFI, 40 % pour France 24).

La dotation publique allouée à l'audiovisuel extérieur de la France (hors TV5 Monde) représente moins de 7 % des financements de l'audiovisuel public. Les ressources publiques pour l'audiovisuel extérieur de la France pour 2013 sont en forte baisse par rapport à 2011 (moins 14 millions d'euros). Un Contrat d'objectifs et de moyens a été négocié avec les tutelles (ministères de la Culture et des Affaires étrangères) depuis le début de l'année, mais il ne couvre que la période 2013-2015.

Toutefois, les inquiétudes ne sont pas dissipées : le plan stratégique annoncé prévoit le passage de France 24 sur l'HD, mais aucun développement qui permette à la chaîne de s'imposer face aux grandes chaînes internationales. Côté RFI, plane encore le spectre de la réduction de la production radio en langues, sous prétexte de faire du web. Personnels de la radio et de la télé n'ont pas les mêmes droits sociaux. À RFI et MCD, comme à Radio France, France Télévisions et l'INA, la Convention collective des personnels techniques et administratifs et l'avenant « audiovisuel » à la CCNTJ ont été mis en cause ainsi qu'une centaine d'accords d'entreprise. À France 24, les salariés n'ont jamais eu les mêmes droits que dans l'ensemble de l'audiovisuel public.

À Radio France, ces logiques comptables conduisent également à accentuer encore la mutualisation du travail simultané pour les différentes chaînes du groupes. Il n'y a pas -pas encore- de projet de fusion de rédactions à Radio France mais il est fréquent pour les journalistes de travailler en même temps pour 2 ou 3 chaînes différentes, voire plus. La charge de travail est de plus en plus importante au détriment du temps consacré à la recherche d'information, l'enquête et la vérification, d'autant que la direction veut désormais imposer de travailler en plus pour les nouveaux médias.

Le coût d'un reportage devient un argument qui peut prendre le pas sur les choix éditoriaux. Les demandes d'économies sur les frais de reportage se font de plus en plus pressantes. Le renouvellement du matériel prend du retard, conduisant les salariés à travailler avec des équipements parfois à bout de souffle, notamment en région, voire avec leur propre matériel. La numérisation a entraîné l'acquisition de matériels non professionnels, permettant un équipement à moindre coût. Les entretiens au téléphone, moins onéreux, se multiplient au détriment du reportage sur le terrain. Les partenariats en tous genres se multiplient également pour financer notamment des journées spéciales à répétition qui tiennent plus de campagnes de communication pour les chaînes, conçues comme des «marques», que de la mission d'information du service public.

### **3/ Les télévisions et radios privées**

La multiplication des fréquences a permis aux grands groupes (Bouygues, Bertelsmann, Canal+...) de créer des chaînes thématiques afin d'attirer des revenus publicitaires.

Le développement des radios sous statut privé date de 1981. Le CSA a défini dans les années 1990, 5 catégories de radios (A : Radios associatives. B : Radios commerciales indépendantes. C : Radios affiliées à un réseau thématique et diffusant un

programme local. D : Radios thématiques. E : Radios généralistes)

Cette répartition donne l'apparence de la diversité. Mais la politique du CSA confortée en 2004 par une modification de la loi sur l'audiovisuel a abouti à une hyperconcentration.

Trois groupes ont une position dominante dans les catégories C, D et E :

- Lagardère avec Europe 1, RFM et Virgin Radio.
- RTL avec RTL, Fun Radio et RTL 2.
- NRJ avec NRJ, Chérie FM, Nostalgie et Rire et chansons.

Un 4<sup>e</sup> opérateur est apparu ces dernières années, Nextradio avec BFM et RMC.

Ces quatre opérateurs nationaux occupent la moitié des fréquences attribuées aux radios privées et les trois opérateurs historiques, entre 70 % et 80 % des fréquences en catégorie C, D et E.

Il faut rappeler d'abord que les radios privées sont soumises à ce que l'on appelle un régime d'autorisation. La physionomie économique et culturelle des radios dépend donc de la loi puis de l'application et de l'interprétation qui en est faite par le CSA et par le Conseil d'État. Force est de constater que le modèle de « radio locale » qui avait été à l'origine de la libéralisation des ondes en 1981 est en voie de disparition. Si au milieu des années 1980 les radios locales privées s'inspiraient des radios généralistes et des radios locales publiques pour développer du programme et de l'information, la situation a changé de façon radicale. D'une manière générale, les programmes locaux se raréfient et là où ils subsistent, ils se limitent, pour les journalistes, à un travail de présentation de flashes d'information.

#### **4/ Les médias associatifs**

De plus en plus avalés par les grands groupes privés, menacés par la baisse constante du Fonds de soutien à l'expression radiophonique, les réattributions de fréquences, les médias associatifs qui jouent un rôle irremplaçable dans l'information de proximité et de diversité associative, ont de plus en plus de mal à survivre. Seuls les bénévoles permettent encore à ces médias de donner une information et une ouverture culturelle essentielles au vivre ensemble.

### **III/ Les conséquences sur les conditions de travail. Une profession de plus en plus précarisée et malmenée.**

La financiarisation renforce les logiques gestionnaires avec une « rationalisation » du travail de recherche et de traitement de l'information (dans toutes les entreprises, on a vu apparaître des contrôleurs de gestion), le recours accru au marketing dit « rédactionnel », une recherche permanente d'accroissement de la productivité se traduisant par l'externalisation de la production d'information et le recentrage sur « l'édition » (dans l'écrit, mais aussi dans l'audiovisuel, avec les commentaires sur

images achetées).

Les nouvelles politiques rédactionnelles s'accompagnent d'une volonté de remettre en cause les acquis sociaux, les droits d'auteur (pour permettre les rentabilisations multi supports), la définition des métiers et des fonctions (des rédacteurs de l'audiovisuel sont amenés à réaliser des images vidéo et des photos pour alimenter les sites web)...

## **1/L'emploi sacrifié**

La valse des actionnaires et les concentrations entraînent non seulement un nivellement, une uniformisation et un appauvrissement des contenus, mais aussi restructurations des rédactions et suppressions d'emplois. Depuis 2010, le nombre de journalistes (ayant la carte de presse) est en baisse. Clauses de cession et/ou de conscience, plans de départs volontaires et « plans de sauvegarde de l'emploi » se multiplient.

Les annonces ou plans engagés portent sur des centaines d'emplois de journalistes supprimés ou en passe de l'être.

Plusieurs entreprises réputées solides connaissent de forts reculs : *Les Échos* (10 % des effectifs), *l'Équipe*, qui en aura perdu 25 % en quelques années, *Le Parisien* qui va en perdre un peu plus de 7 %.

Auparavant il y avait eu l'arrêt de *France Soir* avec la suppression de 138 emplois ; mais aussi l'arrêt de la version imprimée d'un autre quotidien national, *La Tribune*, qui se solde par la suppression de 115 emplois et enfin la faillite, suivie d'une reprise par un groupe régional de *Paris Normandie* et les « journaux normands », avec 83 (voire un peu plus) suppressions de postes. Les concentrations en presse régionale ont entraîné un grand nombre de départs via la clause de cession. La rédaction des *DNA* a perdu un tiers de ses effectifs de journalistes, *La Marseillaise* un quart, *l'Écho* la moitié, à *Nice-Matin* un plan de suppression d'emplois de 183 salariés, dont 40 à 60 journalistes, a été annoncé afin de réaliser une économie de 14 millions d'euros sur la masse salariale.

Sur le plan de l'emploi, deux secteurs – magazine et presse professionnelle – ont pu paraître jusqu'à présent relativement épargnés. Mais tout indique que ce panorama est appelé à changer complètement.

Pour maintenir leurs marges et satisfaire leurs actionnaires, les éditeurs, peu soucieux de consentir les investissements nécessaires au renouvellement de leur offre éditoriale, font supporter aux salariés, et notamment aux journalistes, une politique systématique de réduction de coûts : non-remplacement des départs « naturels », multiplication des licenciements individuels, réduction drastique du recours aux pigistes et aux CDD, mutualisations, externalisations, tentatives d'imposer aux équipes rédactionnelles des magazines de prendre en charge le développement des déclinaisons numériques...

Chez Roularta, un récent « plan de départs volontaires » va conduire à une réduction de 10 % des effectifs. De récentes annonces chez Lagardère Active laissent penser qu'une étape supplémentaire pourrait être franchie, conduisant soit à une réorganisation à grande échelle, soit à un véritable démantèlement du groupe, par cessions et/ou cessations de titres. Compte tenu du caractère grégaire des éditeurs, il est à craindre qu'un tel exemple puisse être suivi...

De même, en presse professionnelle, des groupes comme WKF ou Le Moniteur (où sous forme LBO la cession en cours laisse craindre une nouvelle étape dans ce processus), restructurent faute de continuer à obtenir les très confortables niveaux de bénéfices auxquels ils sont habitués.

À France Télévisions, le nouveau « COM 2015 » (Contrat d'objectifs et de moyens) a été le fruit d'une négociation longue et houleuse avec la tutelle (ministère de la culture). L'objectif assigné est de maintenir les missions de la télévision publique avec une réduction d'environ 10 % de ses effectifs et de 10 % de ses moyens. France Télévisions devrait fonctionner avec 320 millions d'€ en moins à l'horizon 2015 ... sans toucher aux intérêts des producteurs privés !

Par mesure d'économies la direction de FTV a supprimé des émissions à tour de bras sur les chaînes du groupe et notamment des émissions culturelles qui relèvent pourtant de son Cahier des charges (*Le journal de la nuit*, *Des Mots de minuit*, *Taratata* sur France 2, la quotidienne de *Ce soir ou jamais*, les docs de fin de soirée sur France 3, sans oublier la refonte de *Soir 3* allongé à 1 heure sans moyens supplémentaires pour les enquêtes et reportages).

Un nouveau plan de départs – présenté comme un plan de départs volontaires, mais « ciblé » (sur des fonctions et des métiers) et prévoyant près 361 suppressions de postes permanents d'ici 2015, a été annoncé lors d'un CCE extraordinaire le 15 octobre 2013.

A Radio France, alors que le développement du réseau France Bleu et des nouveaux médias devrait être une opportunité de créer des emplois, le gouvernement impose à une direction de Radio France docile de mener ces développements à emploi constant. Les nouvelles rédactions de France Bleu (Toulouse, Le Mans, Saint-Etienne) et les postes nouveaux médias ne sont pourvus que par des redéploiements qui pèsent par ailleurs sur les conditions de travail des autres rédactions.

A RFI, après 2 plans sociaux et de nombreux départs, les salariés des rédactions, en langues étrangères en particulier, sont épuisés de tenir un rythme identique avec des salariés en moins. Les prochaines réformes de la direction porteront sur une réduction de la diffusion, qui s'appuiera sur un coût réduit et un manque de personnel et non sur la réalité de l'auditoire, avec des coupures de diffusion à des heures de grande écoute.

## 2/Une précarité organisée

Alors que le nombre de journalistes diminue, la part des précaires dans la profession est, elle, en constante augmentation (1 journaliste sur 5 est pigiste ou en CDD)... Les précaires sont de plus en plus pauvres et le précaire de plus en plus une précaire : en 2012, les femmes représentaient 58,1 % des CDD et 53,4 % des pigistes (Observatoire des métiers de la presse). La commission de la carte de journalistes (CCIJP) a d'ailleurs dû réviser ses critères d'attribution et descendre la barre des revenus à un demi-SMIC pour accorder la carte professionnelle. Sans cette modification, il y a fort à parier que le nombre des journalistes serait encore moindre. La précarité, hélas, a de l'avenir. Rares sont les entrants dans la profession qui sont embauchés en CDI et les nombreux journalistes licenciés dans l'incapacité de retrouver un travail stable tombent dans la précarité.

La pige n'est plus l'exception, l'insécurité sociale est devenue la règle et les droits des journalistes s'en trouvent menacés. La CCIJP estime que le pourcentage de journalistes pigistes ou en CDD est de l'ordre de 20 à 25 %. Un chiffre en constante progression, et sans doute sous-estimé puisque les statistiques de la commission de la carte ne se fondent que sur l'attribution des cartes de presse. Dans la presse écrite, la précarité s'est développée ces dernières années sous de multiples formes : recours accru aux CDD, augmentation des paiements en droit d'auteur (notamment sur les sites d'information) et du portage salarial, voire de celui d'intérimaire et l'apparition du statut d'auto-entrepreneur... Par ailleurs, les patrons de la PQR continuent d'abuser du statut de correspondant local de presse (CLP) alors qu'une partie des CLP effectuent un véritable travail de journaliste et devraient à ce titre bénéficier du statut de journaliste. La bataille pour qu'enfin soit appliquée la loi Cressard (qui date de 1974...) donnant aux pigistes le même statut qu'aux journalistes titulaires est loin d'être gagnée. Un accord signé en 2008 par la CFDT, la CGC et la CFTC, que nous avons combattu en justice avec le SNJ et FO, a même restreint leurs droits.

Des formes de précarité de plus en plus « sophistiquées » apparaissent. À France 24, les journalistes à l'étranger ont, dans un premier temps, été des auto-entrepreneurs, désormais ils sont obligés de monter leur propre boîte de production pour pouvoir travailler avec la chaîne. Ces anciens journalistes, devenus par la force des choses des producteurs, n'ont ni la protection des sources, ni la possibilité de faire valoir leurs droits au même titre que les correspondants installés hors de nos frontières.

Les patrons ne manquent pas d'imagination pour sortir les professionnels d'un statut qu'ils jugent exorbitant. Après avoir utilisé les rémunérations en droits d'auteurs, ils poussent les journalistes à devenir auto-entrepreneurs dans la plus parfaite illégalité. En effet la loi de 1935 précise que le journaliste est obligatoirement un salarié. Disposition contenue dans l'article L. 7112. du Code du travail. Non seulement les employeurs s'exonèrent ainsi des obligations et cotisations salariales, mais en plus ils nient le droit à ces journalistes d'être protégés par leur convention collective.

Alors que les images sont omniprésentes dans la vie quotidienne, les reportages photographiques sont réduits à la portion congrue dans les journaux. Les journalistes reporters-photographes sont les premiers visés par les réductions

d'effectifs dans les journaux. Les embauches en CDI deviennent l'exception. La précarisation s'amplifie. En 2011, il y avait 1 156 reporters-photographes détenteurs d'une carte de presse. Une très légère baisse en valeur absolue (1244 en 1995), plus forte en valeur relative (3,1 % de la profession contre 4,5 % en 1995). Et cela ne devrait pas s'arranger : sur les nouvelles cartes attribuées en 2012, c'est-à-dire les entrants dans la profession, les photographes pesaient encore moins (2,2 %).

La catégorie est par ailleurs très masculine : 87,5 % des photographes sont des hommes (contre 54,7 % sur l'ensemble de la profession). C'est une des rares fonctions où le nombre de femmes possédant la carte de presse ne progresse pas, au contraire (en 2009, les hommes représentaient 81 % des photographes), même si sur le terrain les femmes sont de plus en plus nombreuses au fil des années. Les photographes sont une population qui vieillit plus vite que la moyenne des journalistes en raison d'un trop faible renouvellement : les plus de 45 ans représentent 61,8 % des photographes (contre 33 % en 2000). Parmi eux, les plus de 60 ans, 2 % en 2000, sont passés à 8,4 % de l'ensemble des photographes. Quant aux moins de 35 ans, ils sont passés de 27,1 % à 11,4 % en 11 ans.

De nombreux photographes n'entrent pas dans ces statistiques, car ils ont perdu leur carte de presse à cause d'une rémunération en droits d'auteur, sous statut de travailleur libéral ou d'auto-entrepreneur. Ou tout simplement parce que leur volume de pages et leur rémunération se réduisent.

Face à cette situation, de nombreux photographes souhaitent que la commission de la carte de presse assouplisse ses critères afin d'attribuer la carte d'identité des journalistes professionnels à ceux qui tirent l'essentiel de leurs ressources du « corporate ». Cette demande, qui rejoint la position des patrons dont l'objectif est depuis longtemps de démanteler notre statut, peut paraître compréhensible au regard de la situation catastrophique des reporters photographes. Cependant elle est dangereuse. Elle remettrait en cause les dispositions légales (le journaliste doit remplir trois conditions pour être reconnu : l'exercice de sa profession doit être son occupation principale, rémunérée et il doit en tirer l'essentiel de ses revenus, soit 51 %) qui fonde notre statut.

La politique des éditeurs a pour objectif de réduire de plus en plus la place des photographies à contenu éditorial pour préférer les photographies d'illustration à bas coût trouvées sur Internet, dans ce qui est nommé « microstocks » et qui vient de faire l'objet d'un rapport au CSPLA (Conseil supérieur de la propriété littéraire et artistique).

Le recours de plus en plus fréquent aux illustrations fournies par les services de communication, trop contents de contrôler les images publiées, participe de la dégradation des informations photographiques et visuelles, pourtant partie intégrante de la mission d'information des différents médias.

Les rédacteurs en chef nient de plus en plus le caractère spécifique du travail de reportage photographique, ils dénigrent leurs compétences. Ils ont décidé, au prétexte de la numérisation des outils, que tout le monde pouvait (ou devait) faire les photos. Ils équipent les rédacteurs de smartphones pour photographier et filmer à la

volée des événements, dont la mise en ligne rapide, peut flatter leur ego. La moindre occasion est mise à profit pour supprimer les postes de photojournalistes. Ils incitent à l'utilisation de bases iconographiques gratuites, la mutualisation forcée de reportages. Les photographies deviennent de simples variables d'ajustement dans la mise en page.

Ces dérives entraînent la standardisation de la médiocrité. La moindre occasion est mise à profit pour supprimer les postes de photojournalistes. Les agences photographiques disparaissent ou suppriment de nombreux postes de journalistes. Elles bradent leurs fonds d'archives.

La multiplication de la mention "DR" comme crédit d'une photographie traduit trop souvent cette course à la photo gratuite récupérée sur des sites de partage en ligne non-professionnels.

Les photographes indépendants prennent de plus en plus de risques pour couvrir les conflits, sans assurances ni garantie de voir leur travail rémunéré et publié.

La paupérisation ne touche pas que les pigistes et les précaires. Depuis quelques années, les salaires de la profession stagnent et les négociations salariales au niveau de la branche ou de l'entreprise, n'aboutissent plus à des accords. Si les augmentations au mérite sont présentées par nos employeurs comme la solution, c'est bien parce qu'elles sont surtout rentables pour eux et qu'elles leur permettent de substantielles économies. Depuis que cette pratique a leur préférence, les salaires moyens augmentent moins vite qu'au temps des accords collectifs. Alors comme pour la plupart des salariés, le niveau de vie des journalistes dégringole. Les négociations annuelles de branche sont devenues un vrai simulacre.

À France Télévisions, l'année 2012 a été *l'annus horribilis* pour les précaires (journalistes CDD et pigistes et personnels techniques et administratifs). Le groupe public, qui fonctionnait avec un taux de précarité bien trop élevé (19 %), a mis en œuvre un véritable plan de licenciement des précaires qui se poursuit en 2013. Plutôt que d'intégrer ceux ayant une collaboration régulière, la direction de FTV les a « jetés » du jour au lendemain ! Des dizaines de journalistes n'ont ainsi plus de contrats et certains vivent désormais du RSA alors qu'ils ont travaillé pendant plus de dix ans dans les différentes rédactions de France Télévisions !

Le SNJ-CGT FTV a dû se lancer dans l'accompagnement – à grande échelle – de ces précaires en justice pour faire reconnaître leurs droits, faisant dans la quasi totalité des cas condamner la société, requalifier les CDD en CDI, sans compter les millions d'euros de frais sur le dos des contribuables.

Quant aux CDD, pigistes et intermittents qui continuent de travailler, la direction de FTV a mis en place un système d'écrémage redoutable : on limite leur présence à 100 voire 80 jours par an pour les empêcher de faire reconnaître leur droit à la requalification !

Parallèlement, le non-remplacement des postes vacants dans les services et les rédactions nationales, régionales et locales accentue la pression sur les personnels



en place, dégradant leurs conditions de travail et la qualité des programmes et éditions d'information, avec un recours massif et systématique aux stagiaires, peu ou pas rémunérés.

Quant à la dégradation des conditions salariales, elle se manifeste par la priorité absolue donnée... aux mesures salariales individuelles au mérite, au détriment de l'augmentation générale des salaires.

A Radio France, les restrictions budgétaires ont frappé également de plein fouet les précaires. Le budget CDD a été amputé de 12% en 2013 et le nombre de contrats a diminué. Malgré cela, 23% de l'effectif Equivalent Temps Plein journaliste est constitué de précaires, selon une étude réalisée en 2013 par le cabinet Tandem pour le Comité d'entreprise ! Ce taux de précarité bien trop élevé doit être diminué par la requalification de précaires en CDI.

Les effets néfastes de l'accord scandaleux signé en 2008 par le SNJ et la CGC commencent à se faire pleinement sentir. Cet accord prévoit que les journalistes sont automatiquement exclus du planning CDD au bout de trois ou quatre ans de collaboration.

Dans le même temps, Radio France recourt de plus en plus abusivement à la pigne, recours qui s'apparente à du CDD déguisé, surtout dans le réseau France Bleu. Malgré des revalorisations sous la pression des syndicats ces dernières années, le barème des pignes de Radio France reste scandaleusement bas, l'un des moins élevés dans l'audiovisuel.

L'avenir s'obscurcit aussi du fait des menaces sur les retraites. Alors que les « anciens » sont poussés hors des entreprises malgré la signature d'accords d'entreprise concernant l'emploi des « seniors », les conditions de départ à la retraite sont de plus en plus contraignantes. Le Medef avait réussi sous Sarkozy à imposer 42 ans de cotisations pour bénéficier d'une pension à taux plein, il est question aujourd'hui de 44 annuités même si l'âge légal de départ est toujours fixé à 62 ans. Pour une profession de diplômés (Bac plus 5 en moyenne) qui entrent de plus en plus tard dans la vie active, cela fixerait un départ à la retraite à 70 ans ! Nous ne pouvons accepter ce nouveau recul social.

### **3/ Un travail déqualifié qui entraîne un appauvrissement des contenus**

Le journalisme de recherche d'informations sur le terrain, considéré comme économiquement non rentable, est abandonné au profit du simple traitement des communiqués de presse ou de comptes-rendus aseptisés des conférences de presse et autres inventions des « créateurs d'événements », de faits divers, de météo ou d'infos « services ».

Malgré un rôle idéologique des médias de plus en plus prégnant (le conflit sur la réforme des retraites de Sarkozy en est un exemple frappant), la réflexion du gouvernement Ayrault sur l'indépendance juridique des rédactions et le statut

spécifique des entreprises de presse est au point mort. Le ministère de la Culture semble plus préoccupé par la mise en place d'un conseil de presse que des droits des journalistes à exercer leur métier en toute indépendance.

Bien sûr les pressions directes de l'Élysée ou des ministères ne ressemblent en rien aux agissements de l'époque sarkozyste. Quelques affaires – touchant des membres du gouvernement – ont pu être révélées. Mais les pressions des employeurs, des actionnaires, des publicitaires n'ont pas disparu. Elles se multiplient même avec en arrière-plan un chantage à l'emploi. Les interventions de Bernard Tapie dans la presse régionale en PACA pour promouvoir la carrière artistique de sa fille ne sont pas seulement ridicules, elles démontrent la toute-puissance des actionnaires sur les contenus de l'information.

Sur le terrain, les journalistes sont en proie aux agressions comme lors des manifestations, conflits et autres. Au moins 140 journalistes et collaborateurs, dont beaucoup de précaires, ont trouvé la mort dans le monde, en 2012. Un triste record. Parmi ceux-ci, de nombreux reporters d'images et photographes. Ces professionnels, souvent mal connus – ils ne font pas les beaux soirs des débats télévisés –, mal protégés par des employeurs peu scrupuleux, sont de plus en plus exposés aux « risques » du métier. Ce sont pourtant eux qui rapportent l'information qu'exploitent ensuite les agences, la grande presse et les médias numériques.

L'exemple est aussi vrai dans le service public, qui avait pour tradition d'intégrer les journalistes anciens otages ou blessés. À France 24, un reporter (sous statut d'auto-entrepreneur) a été gravement blessé en Libye début 2011. Si la direction l'a fait rapatrier et a pris en charge une partie de son hospitalisation, elle a en revanche refusé de rembourser son matériel, puisqu'il était considéré comme prestataire de service. Elle refuse toujours de prendre à sa charge une autre opération.

Dans les éditions nationales comme régionales de l'audiovisuel public, la place prise par les faits divers, la météo, les rubriques « consommation » et « mode de vie » en dit long sur la préoccupation principale des dirigeants : la course à l'audience ! Agréger un public le plus large possible sans l'effaroucher. Mais pour l'appâter, on dégaîne à tout va la caméra ou le micro caché. L'émotion avant la réflexion. Une étude récente de l'INA montre que la part des faits divers a augmenté de 73 % en dix ans dans les journaux télévisés...

L'actualité internationale est réduite à la portion congrue, le traitement des dossiers économiques et sociaux est souvent politiquement orienté (cf. le film *Les nouveaux chiens de garde*), quant à la couverture de la vie culturelle, elle est frappée au sceau du « people » et s'apparente le plus souvent à de la promotion des films à gros budgets, pièces, spectacles, concerts... dont tout le monde parle !

Les moyens mis au service du traitement de l'information se dégradent : on remplace de plus en plus les équipes de reportages dédiées à la fabrication d'un sujet complet par des journalistes chargés de « ramener des éléments », d'autres sont appelés à « décrypter » des sujets, mais uniquement en plateau à l'aide d'infographies et à grand renfort de moulinets des bras, mais sans reportages.

Sur les antennes régionales de France 3, la tendance est la même en terme de contenus. Quant aux moyens, on note :

- de moins en moins (voire plus du tout) de temps de préparation pour des dossiers et enquêtes.
- de plus en plus de « plateaux en direct » ou de plateaux avec infographie en lieu et place de reportages en images.
- de plus en plus de pseudo-sondages ou avis des internautes pour justifier du traitement d'un thème avec invité.
- de plus en plus de tournages en solitaire pour des « off ».
- de plus en plus de reportages sans ingénieur du son.

Quant aux magazines d'info-images il ont disparu en régions, ne reste dans la plupart d'entre elles que le magazine politique en plateau.

A RFI, l'après Sarkozy n'a pas marqué de rupture: la doxa du « tout le monde peut tout faire » imposée par la diminution des moyens est restée en vigueur. Ceci autorise la direction à demander aux journalistes d'être polyvalents, tant sur le fond que sur la forme : thématiques ou supports, et toujours de plus en plus vite.

Les radios privées généralistes continuent à faire de l'information un fonds de commerce avec les matinales notamment. Mais elles réduisent les moyens alloués à l'information, tout en demandant toujours plus aux journalistes.

Les radios privées à diffusion nationale des autres catégories limitent l'info à des flashes. Ils sont réalisés d'après les dépêches de l'AFP. Les radios associatives de catégorie A sont la caution exhibée par le CSA pour tenter de cacher la mainmise des grands groupes sur les fréquences privées. Mais leur poids économique, social et culturel reste très marginal. Les subventions qui leur sont versées ne permettent pas d'établir un modèle fort qui pourrait concurrencer les puissances économiques des radios commerciales.

La bataille des contenus. Aujourd'hui, les médias sont l'un des vecteurs de premier plan de la guerre idéologique que mène l'oligarchie en place pour faire passer dans l'opinion publique les remèdes austéritaires, les mesures antisociales, les dérèglementations, le dénigrement des syndicats (travail dominical, coût du travail, travail de nuit...). Les medias dominants refusent la plupart du temps la parole, ou dénigrent, toute une partie des forces politiques ou associatives, qui luttent contre le discours ultralibéral, l'individualisme, le populisme, le bellicisme (Syrie). De plus en plus, ils relayent les discours démagogiques ou d'exclusions de certains leaders politiques comme dans l'affaire des Roms.

Via l'information spectacle, ou la surexposition des faits divers, l'émotion remplace l'analyse et la mise en perspective. Qu'il s'agisse de faits de société, de politique internationale ou de choix économiques, c'est la pensée unique qui règne. Une petite coterie de journalistes vedettes - souvent généreusement gratifiée- évite le vrai débat d'idées, se fait le porte-parole des idées des dominants et prône tous les renoncements (ANI, politiques d'austérité...). La mise en scène des people, la

focalisation sur le sport business en fermant les yeux sur les pratiques délictueuses (dopage...), participent aux dérives de l'information en reprenant la vieille recette : « du pain et des jeux » !

Dans ce contexte, transformer des hommes politiques en journalistes contribue à un dangereux mélange des genres qui ne peut que brouiller les pistes aux yeux d'une opinion publique pour qui journalistes et politiques sont dans un monde de connivences.

La bataille contre ces dérives, la lutte pour la qualité des contenus, doivent être au cœur de notre réflexion et de l'action du syndicat pour que l'information soit un outil de réflexion et de confrontation des idées.

Cela passe par le rappel du rôle social du journalisme et des principes professionnels. L'indépendance du journalisme ne passe pas pour autant par un conseil de presse qui ne répondrait en rien aux véritables maux de la profession. Ces principaux maux étant le contrôle des grands médias par les groupes financiers et industriels à la recherche de profits, l'absence d'indépendance et le sous financement des médias publics.

Il faut donc libérer les journalistes des carcans qui les empêchent de faire réellement leur métier et de remplir correctement leur mission sociale. Ainsi les journalistes cesseront d'être ostracisés par les lecteurs, auditeurs, internautes, et redeviendront « la plume dans la plaie ».

#### **4/ Comment les patrons utilisent les droits d'auteur pour affaiblir la profession**

La convention collective nationale de travail des journalistes fait expressément référence à la qualité d'auteur du journaliste dans ses articles 7, 8 et 9 :

« **Article 7.** Il est rappelé que, conformément à l'article L. 761-9 du Code du travail, "le droit de faire paraître dans plus d'un journal ou périodique des articles ou autres œuvres littéraires ou artistiques dont les personnes mentionnées à l'article L. 761-2 sont les auteurs, sera obligatoirement subordonné à une convention expresse qui devra indiquer les conditions dans lesquelles sera autorisée la reproduction".

**Article 8.** Si un journaliste est appelé par son employeur à collaborer à un autre titre que celui ou ceux auxquels il est attaché, ou à exécuter son contrat de travail selon un mode d'expression différent, cette modification doit faire l'objet d'un accord dans les conditions prévues à l'article 20.

**Article 9.** Les droits de propriété littéraire et artistique du journaliste sur son œuvre et, notamment, ceux de reproduction et de représentation sont définis par les dispositions de la loi du 11 mars 1957, modifiées par la loi du 3 juillet 1985. »

Il faut reconnaître que cette question des droits d'auteur ne troublait en rien la vie

des rédactions ; les réutilisations d'articles étant très rares ou négociées au coup par coup. Jusqu'à l'émergence de la dématérialisation des œuvres des journalistes (qu'elles soient écrites ou audiovisuelles) et la constitution de mégagroupes.

Dans l'audiovisuel, les réutilisations étaient plus nombreuses, mais, hélas, l'avenant dit « audiovisuel » de la convention collective les permettait en toute légalité. Lorsque les patrons ont découvert qu'ils pouvaient tirer profit de la multiplication des supports (et de nouvelles recettes publicitaires), ils ont tenté de faire main basse sur les droits d'auteur des journalistes.

En premier lieu, ils ont prétendu que les produits de presse étaient des œuvres collectives et que les droits d'auteurs appartenaient par conséquent à l'éditeur ! Puis, ils ont imposé des avenants aux contrats de travail des journalistes dans lesquels ceux-ci abandonnaient leurs droits.

Les résistances ont été nombreuses et multiformes ; elles ont fait échec aux tentatives patronales. Mais l'élection de Sarkozy a inversé le rapport de forces en faveur des patrons aboutissant aux caricaturales dispositions concernant les journalistes de la Loi dite Hadopi. Au terme des prétendus Etats généraux de la Presse (2008/2009), un livre vert introduisait, sur proposition de deux organisations patronales, le SPQR et le SPM, une notion nouvelle de « famille cohérente de presse au sein de laquelle les droits pouvaient être cédés automatiquement.

Puis en 2009, un député UMP, Christian Kert, a « porté » un amendement patronal modifiant fondamentalement le Code du travail. Cet article dit : « La collaboration entre une entreprise de presse et un journaliste professionnel porte sur l'ensemble des supports du titre de presse tel que défini au premier alinéa de l'article L. 132-35 du code de la propriété intellectuelle, sauf stipulation contraire dans le contrat de travail ou dans toute autre convention de collaboration ponctuelle. » Jusque-là le contrat de travail du journaliste portait, dans la plupart des organes de presse, sur un seul titre.

Ainsi en quelques mois de nombreuses régressions ont affecté les droits d'auteur des journalistes :

- la cession à titre exclusif à l'employeur des droits d'exploitation des œuvres ;
- la prise en compte dans le seul salaire de toutes les réutilisations d'œuvres, sur tout support du titre, pendant une période de référence négociée.
- la neutralisation de l'article L 7113-2 du Code du travail, deuxième alinéa, qui disposait que "Le droit de faire paraître dans plus d'un journal ou périodique les articles ou autres œuvres littéraires ou artistiques dont les personnes mentionnées à l'article L. 761-2 sont auteurs est obligatoirement subordonné à une convention expresse précisant les conditions dans lesquelles la reproduction est autorisée."
- l'instauration de la notion de "famille cohérente de presse".
- L'élargissement à l'ensemble des supports du titre et à ses déclinaisons.

C'est ainsi que la question des droits d'auteur est devenue centrale dans les rapports entre les journalistes et les éditeurs.

Les patrons veulent, d'une part, pouvoir utiliser les œuvres des journalistes sans entrave (l'information est devenue un formidable produit d'appel pour attirer les internautes et leur vendre différents autres produits) et, d'autre part, réorganiser les rédactions dans lesquelles les journalistes sont polyvalents et travaillent sans distinction sur tous les supports, bref flexibles et, surtout, serviles.

Les droits d'auteur deviennent indissociables des questions de la nécessaire indépendance du journaliste, de son travail en conscience et de ses conditions de travail, comme de l'indépendance des titres et du pluralisme.

Si les résistances ne s'organisent pas dans toutes les rédactions, on assistera à la modification de la nature du travail du journaliste, transformé en OS d'une information « low cost », répondant aux injonctions d'une hiérarchie asservie aux actionnaires.

Le gouvernement Fillon a utilisé la loi Hadopi comme support à la réforme du droit d'auteur des journalistes, incluant deux amendements, l'un pouvant permettre aux entreprises de négocier des cessions gratuites au sein d'une famille cohérente de presse (autrement dit au sein d'un même groupe), l'autre modifiant le Code du travail de façon inconstitutionnelle. La loi a également institué une sorte de commission arbitrale ayant pour rôle de régler les différends dans les entreprises ; elle est paritaire et présidée par un magistrat de la Cour de cassation. Aujourd'hui, on ne peut pas dire que son fonctionnement donne entièrement satisfaction.

Heureusement, dans ce contexte délicat pour l'avenir du journalisme, deux grandes entreprises ont réussi à signer de bons accords, à l'AFP et à France télévisions ; à FTV un accord sur l'utilisation des œuvres, initié par le SNJ-CGT, a permis le respect des droits pour l'ensemble de l'audiovisuel public, y compris par l'INA .

Les rédactions doivent s'emparer de la question des droits d'auteur (et ne pas considérer le seul aspect pécuniaire) en informant les consœurs et les confrères de tous les enjeux liés à ceux-ci. Il en va de l'avenir de la profession, aussi bien en ce qui concerne la qualité de l'information que des conditions de travail et de l'emploi. Elles doivent s'appuyer sur les deux accords de France Télévisions et de l'AFP et les populariser pour imposer un rapport de forces suffisant à la signature d'accords permettant d'assurer la pérennité des droits d'auteur au moment où ils sont menacés non seulement par les patrons, mais aussi par l'Union européenne et sa commission, au nom du dogme du libéralisme et de la concurrence libre et non faussée.

Le SNJ-CGT dénonce l'utilisation des droits d'auteur par les patrons pour supprimer des emplois, mettre en place de vastes groupes (voir l'exemple du groupe des quotidiens devenus la propriété du Crédit Mutuel) et, à terme, créer de telles synergies de sorte que les publications perdront leurs dernières particularités.

#### **IV/ Vers un nouveau modèle économique ?**

La diffusion de la presse écrite payante se ralentit dangereusement. Entre 2001 et 2011, cette dernière a reculé de 15 % et ce sont surtout les quotidiens nationaux et régionaux, menacés plus directement par l'immédiateté d'Internet, qui perdent des lecteurs.

Avec le développement d'Internet et la multiplication des ordinateurs dans les foyers, la mort de la presse payante a été maintes fois annoncée. On entrerait soudain dans le monde de la gratuité et de l'information tous azimuts en continu.

Les patrons de presse, un moment méfiants face à ce nouveau média qu'ils craignaient de ne pouvoir contrôler, ont vite repéré le bon filon des tuyaux. Aujourd'hui chaque organe de presse a sa déclinaison sur le web. De substantielles subventions d'État ont été versées, suite aux états généraux sarkozystes pour « moderniser » et investir dans ces nouvelles technologies.

Profitant également de l'aubaine de l'amendement Kert voté avec la loi Hadopi, les employeurs ne se sont pas privés de faire travailler les journalistes sur tous les supports, la plupart du temps sans rémunération supplémentaire ou alors dérisoire. La plupart des rédactions dédiées sont restreintes et les emplois créés ne le sont pas aux mêmes conditions que ceux du titre d'origine. Les employeurs ont surtout vu avec Internet l'occasion de produire vite de l'information au moindre coût et sans les contraintes du papier (délai de fabrication, impression, distribution). En espérant ramasser le pactole de la publicité.

Apparemment ils ne sont pas encore parvenus à élaborer un nouveau modèle économique très rentable. Si les sites adossés à des titres engrangent quelques recettes, cela n'est pas à la hauteur des espérances patronales, d'autant que la plupart ont opté pour la gratuité totale. Les recettes publicitaires ne sont pas celles espérées, d'autant plus que les prix ont été bradés pour attirer les marchés, et surtout parce que les patrons de presse ont alimenté leur propre concurrence, faute d'une réflexion sur les contenus différenciés.

À vouloir lutter avec l'immédiateté, à vouloir restreindre les coûts en saignant les rédactions, une information bas de gamme uniforme est mise en ligne et éditée sur papier. Pourquoi acheter un quotidien quand on peut trouver la même chose gratuitement sur son écran ?

Pourtant, il est encore possible de tirer son épingle du jeu, que ce soit économiquement ou en termes de contenu : *Le Canard Enchaîné*, *Le Monde Diplomatique*, *Causette*, *XXI*..

La presse magazine française, forme de presse la plus importante des médias écrits du pays (environ 45 % d'un chiffre d'affaires global de 9 milliards d'euros), est elle aussi affectée par la reconfiguration en cours du paysage médiatique. La diffusion France payée de la presse « grand public » a diminué de 21 % entre 1992 et 2002. L'évolution 2011/2012 affiche moins 4,42 %. Pour les « news », la baisse est de 8 % depuis 2008 et de moins 2,45 % entre 2011 et 2012.

Le chiffre d'affaires du secteur, en 2011, retourne au niveau de 1995, environ 4 milliards, après un plafond de près de 5 milliards atteint dans la décennie 2000-2009. Cette érosion du chiffre d'affaires résulte de l'érosion de la vente au numéro, qui a diminué de 40 % en dix ans. L'amélioration de la vente par abonnement ne compense que très partiellement ce déclin. Les éditeurs pratiquant, pour vendre de l'abonnement, une décote tarifaire importante ou une politique de « plus produit » coûteuse.

Dans ces circonstances, deux phénomènes supplémentaires se combinent pour attaquer les confortables résultats auxquels était habitué ce secteur. La baisse des ventes renchérit le coût unitaire de chaque magazine. Les recettes publicitaires s'érodent, les annonceurs refusant de maintenir le même prix de page de pub pour un magazine sur la pente descendante. De plus, ces annonceurs profitent, en situation de crise, de la multiplication des supports (TNT, ordinateurs, tablettes...) pour négocier les prix de page à la baisse, ce qui a profondément fragilisé l'ensemble de la filière "imprimée" et constitue une grave menace pour l'avenir des titres.

Cependant, des signaux indiquent que la presse magazine reste un secteur attractif. Sans retrouver leur niveau d'avant-crise de 2008, les créations de titres continuent, mais à une allure moindre.

Surtout, la préférence des éditeurs va à des titres à périodicité longue (bi et trimestriels), souvent des déclinaisons de « marque » (par exemple le titre *Géo* compte maintenant 5 déclinaisons). Ce qui renforce la dynamique des ventes par abonnement. Enfin, la presse magazine est elle aussi percutée par l'affermissement des nouveaux modes numériques d'acquisition de l'information, quelle qu'elle soit (générale, pratique, récréative...).

Les chiffres marquent une désaffection toujours plus marquée de la population jeune pour l'écriture « papier » en général. L'intérêt moindre des jeunes générations pour une presse papier concurrencée par la lecture numérique est un fait avéré. Ce phénomène est redoublé par la légitime exaspération des lecteurs face à une presse de plus en plus soumise aux impératifs du marketing et de la publicité, qui abandonne trop souvent sa mission d'information, ou encore à l'affaiblissement de la distribution.

Pour affronter la régression de leur chiffre d'affaires et de leur rentabilité (qui demeure en général positive), les éditeurs ont bien entendu choisi de jouer d'abord sur une réduction appuyée des « coûts ».

Sont intervenus une réduction des frais d'impression (avec une renégociation permanente sous menace de délocalisation), une diminution des achats de papier, un départ massif vers les MLP (contribuant à asphyxier Presstalis). Et le Conseil supérieur des messageries de presse veut porter un nouveau coup au pluralisme en permettant de plafonner la quantité de journaux distribués et pour les kiosques d'interrompre temporairement la diffusion de certains titres peu vendus.

Les journalistes ont, pour leur part, payé un lourd tribut. Le volume de travail et de salaire des pigistes s'est inscrit à la baisse, les éditeurs profitant de « l'excès » d'offre



de travail. Les portefeuilles de titres ont été épurés, les grands éditeurs conservant leurs « pépites ». Les mutualisations aboutissent à une logique de pôle contre une logique de titres.

De nombreux travaux sont confiés à la sous-traitance, via des agences de presse ou, pire, des agences de communication. Parallèlement, la multiplication des lancements de titres dérivés en tout genre incombe largement aux rédactions, sans contrepartie financière le plus souvent, mais au détriment des conditions de travail. La rédaction d'articles pour le site internet correspondant est traitée de la même manière.

Les reprises d'articles papier sur le numérique de l'éditeur se fait sans bourse délier grâce au funeste amendement du député UMP Kert.

La logique publicitaire s'impose de plus en plus, quand bien même elle affecte négativement l'éditorial.

Cette stratégie ne peut qu'altérer les conditions de travail et fait peser le risque d'une détérioration de la qualité des magazines. Pourtant, chacun sait que la qualité du magazine est le fondement de l'attachement de son lectorat.

Le temps alloué à la lecture de la presse papier a reculé alors que la consultation sur support numérique a explosé. Malgré l'absence des coûts papier/impression/distribution (60 % environ du coût total), l'implantation dans le numérique (ordinateur, tablette, mobile) nécessite également des investissements. Les fabricants, les moteurs de recherche, les opérateurs de télécommunications, les kiosques numériques... veillent à prélever leur dîme sur la technologie comme sur la publicité. Le modèle économique des sites est loin d'être stabilisé. L'alternative gratuité/paiement n'est pas tranchée alors que le rendement publicitaire est loin d'être assuré.

Dans l'univers numérique, de nombreux éditeurs s'estiment affranchis des obligations sociales et professionnelles que leur « impose » le journalisme papier. Les horaires de travail sont à rallonge. La polyvalence se systématisent. Là encore, le moins-disant social et professionnel compromet la capacité des sites à se différencier dans la jungle des blogs, réseaux, sites d'information autoproclamés...

## **Partie B — Le changement maintenant ! Nos axes revendicatifs**

### **I/ Renforcer l'indépendance des journalistes, un impératif démocratique**

#### **1/ Obtenir enfin l'indépendance juridique des rédactions**

Régulièrement sont mis en avant des sondages révélant que les citoyens ne font pas confiance aux médias pour les informer valablement. Selon le dernier baromètre TNS Sofres pour *La Croix* (2013), la télévision est le médium le plus critiqué (48 % seulement le jugent crédible) alors qu'il reste, et de loin, la source d'information préférée des Français (70 %). La radio est toujours pour sa part le médium le plus apprécié avec 54 % des citoyens satisfaits de sa qualité informative.

Le public est mécontent de l'information diffusée. D'une part parce qu'il estime que la hiérarchie de l'information n'est pas respectée : sur médiatisation de certaines querelles politiques ou affaires (DSK en particulier) au détriment d'évènements plus importants comme la crise en Centrafrique ou le coup d'État au Mali. D'autre part, il doute (59 %) de l'indépendance des journalistes.

Face à cette méfiance chaque année renforcée, certains préconisent de créer des « veilles éthiques » pour éviter dérapages, bidonnages et autres falsifications ou omissions. Des associations professionnelles, voire certains syndicats, proposent la création d'un conseil d'éthique de presse, maintenant rejoint par le Parti socialiste.

Le SNJ-CGT est opposé à l'existence de ce type d'organisme. Il rejette l'idée de tout organisme de contrôle et de toute charte d'entreprise encadrant l'information sous prétexte de déontologie.

Nous sommes pour la reconnaissance officielle d'un certain nombre de règles professionnelles, reconnaissance qui pourrait se traduire par l'annexion à la Convention collective de la Charte de Munich (remaniée au besoin ; voir la proposition du SNJ-CGT en annexe 1), pour la rendre opposable à nos patrons. Mais nous affirmons que ces règles ne sauraient faire appel à - ou justifier - une ingérence des autorités administratives et des patrons de presse.

Les journalistes, pour bien exercer leur métier, n'ont nul besoin de carcan, ils ont au contraire besoin de plus de libertés et de droits reconnus, aussi bien individuels que collectifs.

Le SNJ-CGT réclame le respect du statut du journaliste, de la convention collective des journalistes professionnels et des règles déontologiques qui prévalent dans la profession, sans création d'un ordre de quelque forme que ce soit, ni d'un nouveau comité Théodule.

L'indépendance des journalistes doit être garantie par la loi qui reconnaîtrait juridiquement les équipes rédactionnelles, dotées de nouveaux droits collectifs : droits de regard, de contrôle, d'intervention. En amont une concertation devra s'ouvrir avec les syndicats.

Les rédactions seront informées préalablement de toute décision de nature à affecter leur vie interne. Elles doivent pouvoir exercer un droit de veto au moment de la nomination d'un directeur de rédaction.

Il ne s'agit pas de court-circuiter les syndicats, mais au contraire de leur conférer des droits nouveaux. Par exemple le droit d'alerte des comités d'entreprise sera étendu aux cas de conflits d'intérêts, de dérives ou changements rédactionnels imposés par les directions. Les IRP journalistes auront toute possibilité d'intervention en cas de pressions sur les journalistes ou d'ingérences extérieures sur les contenus rédactionnels.

## **2/ Lutter pour de nouveaux droits**

Parallèlement aux droits sociaux, les journalistes doivent obtenir des droits intangibles pour exercer pleinement leur mission :

- Le libre accès à toutes les sources d'information et le droit d'enquêter librement sur tous les faits qui conditionnent la vie publique.
- La protection des sources d'information doit être absolue. Seul le journaliste pourra décider de lever le secret de ses sources. La proposition de loi sur la protection des sources telle qu'elle existe ne nous satisfait pas, à cause de la notion d'« atteinte grave aux intérêts fondamentaux de la nation », qui permet toutes les interprétations.
- Le droit de refus de mise en œuvre de directives ou de consignes portant atteinte à la dignité ou violant les principes professionnels doit être assuré.
- Le refus d'exprimer une opinion contraire à sa conscience ou de publier des informations contraires au résultat de son investigation ne sera pas considéré comme une faute.
- Dans le même ordre d'idées, le journaliste en CDI qui refuserait que sa signature apparaisse au bas d'un article réécrit ou modifié sans son autorisation ne pourra faire l'objet d'aucune sanction, ni pour un pigiste d'une suppression ou d'une diminution de la rémunération liée à la rédaction de cet article non signé.

## **3/ Défendre le statut et notre qualité d'auteur**

Le patronat tente de vider le statut du journaliste de son contenu. Et cela sans nécessairement dénoncer la convention collective.

Ainsi, il a pu signer un prétendu accord sur le statut du pigiste avec des syndicats très minoritaires, CFDT, CGC et CFTC, « rabaissant » certains des acquis de la loi Cressard de 1974. Ce nouvel accord aggrave la situation des plus précaires d'entre les pigistes en remettant en cause le maintien conventionnel de salaire en cas de maladie, de maternité, d'accident du travail ; le paiement annuel, conformément à la convention collective, les congés payés et le 13e mois en sus du montant de la pige ;

le paiement de l'ancienneté dans l'entreprise et dans la profession qui doit s'ajouter au salaire de base conformément à la convention collective, ainsi que l'inscription au registre unique du personnel. La Cour d'appel de Paris, saisie notamment par le SNJ-CGT, a gommé certains des aspects les plus scandaleux de ce protocole, réaffirmant en particulier le droit du pigiste à voir son salaire maintenu en cas de maladie ou de maternité.

Le patronat a tenté aussi de faire réviser le Code du travail : dans son collimateur, la commission arbitrale, par l'intermédiaire de deux grands groupes, Centre France (pour la PQR) et Marie-Claire (pour le SPM).

Le patronat n'est pas à une contradiction près. Il « utilise » la clause de cession pour dégraisser les effectifs, se permettant « d'ouvrir et de fermer » la période d'effet de cette clause alors qu'elle est à la discrétion du seul journaliste ; il considère la clause de cession plus souple que les « plans de sauvegarde de l'emploi » compte tenu des dispositions légales d'information et consultation des institutions représentatives du personnel. Néanmoins, il estime que les indemnités déterminées par la commission arbitrale sont trop élevées.

Les deux groupes nommés ci-dessus ont donc saisi le Conseil constitutionnel grâce à une disposition nouvelle, la « question préalable de constitutionnalité » (QPC). Le groupe Centre France contestait le montant des indemnités allouées à des journalistes de *l'Yonne Républicaine*, le groupe Marie-Claire contestant, lui, la constitutionnalité de la commission avant même son audience.

Le Conseil constitutionnel n'a pas suivi les arguments patronaux et a conforté le pouvoir de jugement de la commission arbitrale. Il a réaffirmé la validité du statut du journaliste ; mais les patrons ont-ils abdicqué pour autant toute velléité de revoir les acquis des journalistes ? Sans doute pas. La vigilance doit être de tous les instants. Ne voit-on pas tous les jours des journalistes priés d'abandonner le recours à la commission arbitrale, comme à l'AFP par exemple, tentant ainsi de la faire tomber en désuétude ?

Le SNJ-CGT demande l'abrogation de la loi Hadopi et notamment l'abrogation des articles modifiant les dispositions du Code du travail concernant les journalistes (amendement Kert) et le périmètre des cessions des œuvres soit l'abrogation des articles L 132-35, L. 132-36, L 132-37, L 132-39 du CPI et de l'article L 7111-5-15 du code du travail. Nous demandons la suppression de la notion de « famille cohérente de presse ».

Le SNJ-CGT est opposé aux négociations en vue d'un accord de libre échange euro-américain et l'exception culturelle que le gouvernement claironne avoir obtenue ne doit pas faire illusion: elle est partielle car la commission Européenne pourra par la suite solliciter un mandat élargi sur ces questions-là.

Le SNJ-CGT demande la révision du décret portant création de la commission des droits d'auteur des journalistes, celle-ci n'intervenant que pour vérifier la légalité des accords collectifs signés dans les entreprises.

Le SNJ-CGT demande qu'une cession automatique des droits d'auteur des journalistes ne puisse intervenir dans le seul périmètre du titre qu'à la condition que la période d'actualité soit définie par la seule périodicité de la publication et qu'une rémunération complémentaire, en salaire ou en droits d'auteur, soit actée par la loi et négociée. Ce qui entraîne l'abrogation de l'article L 132-37 du CPI.

Le SNJ-CGT exige des garanties contre toute sanction ou discrimination à l'encontre d'un auteur qui refuserait la réutilisation de son (ses) œuvre (s) dans un autre titre que celui où il est salarié.

Le SNJ-CGT demande que les journalistes rémunérés à la pige, ou en CDD, soient pris en compte dans les accords collectifs, suivant les mêmes conditions que les journalistes permanents.

Le SNJ-CGT se prononce pour la gestion collective des droits d'auteur par une société civile, soit directement pour les grandes entreprises, soit par mutualisation entre les petites entreprises, comme c'est le cas actuellement au Centre d'exploitation du droit de copie (CFC).

Le SNJ-CGT demande que le pouvoir de la commission de contrôle des sociétés d'auteur soit étendu au contrôle de la gestion des droits d'auteur dans les entreprises qui, de façon transitoire, n'ont pas opté pour la gestion collective.

Contrairement au gouvernement allemand, la France n'a pas choisi la loi pour permettre aux éditeurs de presse de réclamer des droits d'auteur pour les articles, reportages et magazines repris par les moteurs de recherche. La France n'a signé à l'Élysée sous le parrainage de François Hollande et de plusieurs ministres, qu'un accord commercial avec Google sur le dos des journalistes, niant au passage leurs droits d'auteur.

L'application de l'accord entre France Télévisions et la SCAM doit permettre aux journalistes et à FTV de ne pas être exclus des retombées financières générées par la diffusion de reportages et magazines — parfois postés sauvagement — sur Youtube par exemple. Cet accord doit être décliné dans les autres médias publics (FMM, notamment) sur la base de renégociation dans ces entreprises ( RFI, France 24, MCD).

Le SNJ-CGT a déjà interpellé la direction de FTV pour qu'elle accélère ses négociations avec Youtube et les autres agrégateurs de contenus.

La mutualisation des contenus de l'audiovisuel public avec certaines collectivités locales s'accélère et souvent sans contrôle pour ce qui est des partenariats passés entre certaines antennes de France 3 et les conseils régionaux par exemple. Ainsi, une convention de partenariat récemment passée à Nantes contrevient à la garantie des droits patrimoniaux des journalistes. Elle prévoit entre autres la reprise de leurs sujets sur le site du conseil régional sans processus de vérification de l'intégrité des reportages.

Le SNJ-CGT - comme il l'a fait dans ce dossier - doit interpellé, alerter sur les risques

d'infraction aux droits d'auteur. Il faut empêcher les clauses abusives dans les futurs partenariats.

## **II/ Réformer le statut des entreprises de presse et le système des aides à la presse**

### **1/ Améliorer le statut des entreprises de presse**

L'entreprise de presse qui diffuse l'information et participe par là même à la vie démocratique n'est pas une entreprise comme les autres. La loi française depuis les ordonnances d'août 1944 et les textes législatifs de 1984 et 1986 le reconnaît explicitement.

La loi repose sur trois principes :

- Le principe de transparence sur la composition du capital et le financement.
- Le principe d'indépendance face aux puissances étrangères (interdiction de financements gouvernementaux étrangers, 25 % des capitaux détenus au maximum par des actionnaires étrangers hors communauté européenne) et aux puissances économiques.
- Le pluralisme et la liberté d'expression.

L'appareil législatif actuel est devenu inopérant : les entreprises de presse sont de plus en plus soumises aux logiques du profit. Les conflits d'intérêts entre actionnaires et mission informative se sont multipliés.

L'entreprise de presse, qui remplit une mission d'intérêt public, doit échapper au contrôle de tous ceux qui, industriels ou financiers, sont intéressés aux commandes publiques.

La presse quotidienne régionale connaît un processus de concentration sans précédent. Face à ce mouvement qui risque de s'accélérer avant les prochaines échéances électorales, notamment municipales, le gouvernement ne peut pas rester un spectateur passif ; il a le devoir de garantir une information pluraliste aux citoyens, sans s'en remettre à l'Autorité de la concurrence, qui se contente d'entériner toutes les opérations financières qui accompagnent la main mise des banques sur l'information.

Pour le SNJ-CGT, les journalistes ne se contenteront pas d'un toilettage de la loi sur la protection des sources, comme l'a fait le gouvernement. En effet, celle-ci ne pourra être effective que si les conditions de son exercice sont assurées par un véritable pluralisme.

Les concentrations sont symptomatiques des reculs démocratiques en marche dans la France d'aujourd'hui : le nouveau concept de logique territoriale vient justifier une stratégie d'élimination des concurrents pour la constitution de groupes de plus en plus orientés vers le profit immédiat et maximum, au détriment de l'information

citoyenne.

Il est donc urgent qu'une loi renforce les dispositifs anticoncentrations. Un seuil de concentration capitalistique, ainsi que d'audience ou de diffusion doit-être déterminé. Le nombre de titres ou de canaux pouvant être détenus par une personne, un groupe de personnes ou une entreprise doit être limité. La loi doit interdire à des entreprises bénéficiant des commandes publiques la détention, même indirecte, de médias.

Obligation doit être faite aux entreprises de presse de publier chaque année toutes les informations relatives à la composition de leur capital et de leurs organes dirigeants ainsi qu'à chaque changement dans le statut, l'organigramme ou la composition du capital.

## **2/ Les aides à la presse doivent être conditionnées et contrôlées**

Les aides à la presse représentent plus d'un milliard d'euros par an d'argent public, que les éditeurs utilisent sans aucun contrôle.

Le 2 mai dernier, la commission chargée de « dessiner les axes qui pourraient fonder la politique de l'État en faveur de la presse et pour accompagner la mutation structurelle, garantir et pérenniser le pluralisme de l'information publique » a rendu son rapport à la ministre de la Culture et de la Communication.

Cette commission, composée « d'experts », dont la majorité siégeait déjà dans des commissions similaires mises en place sous d'autres gouvernements, n'a fait que des propositions minimalistes sur la gouvernance des aides, leur contrôle et la mise en place de contreparties sociales. Elle s'est ainsi alignée sur les positions des éditeurs qui défendent un statu quo qui leur profite et dont ils abusent.

Le SNJ-CGT demande au gouvernement de mettre en œuvre une réforme profonde des aides à la presse comme nous l'avait promis le futur président Hollande. Cette réforme doit se baser sur des critères et des règles claires qui seront déterminants pour l'obtention d'aides publiques.

Une presse pluraliste et libre est nécessaire aux débats d'idées contradictoires. Cette diversité d'opinions est indispensable à la réflexion et à la participation civique du citoyen.

La presse et le débat démocratique qu'elle véhicule n'existent que si celle-ci a la possibilité d'irriguer quotidiennement l'ensemble du territoire national. La presse et sa distribution seront donc un enjeu démocratique d'intérêt général. Dès lors, la question des aides à la presse et à sa distribution, notamment pour la presse d'information générale, est centrale.

Il convient de rééquilibrer les affectations des aides à la presse, avec une attention particulière pour ceux qui, contribuant à la réflexion civique, ont de faibles

ressources publicitaires. Ces aides doivent être modulées en fonction de la part des recettes publicitaires dans le résultat des groupes.

Pour une diffusion égalitaire des titres, la distribution de la presse doit s'émanciper de toute forme de concurrence. Il convient donc de créer un unique cadre coopératif (Presstalis) pour la distribution de la presse. Cette structure unique soutenue pour partie par un financement de l'Etat, doit être pilotée par une instance de régulation et de gouvernance composée à tiers par les éditeurs, l'Etat et les représentants des salariés.

Les agrégateurs de contenus numériques (Google par exemple), qui soustraient à leurs seuls profits les recettes publicitaires liées aux contenus journalistiques de la presse écrite, doivent être assujetties à une taxe fiscale annuelle proportionnelle au chiffre d'affaires au bénéfice du développement de la presse et de sa distribution.

Pour bénéficier des aides publiques, les entreprises de presse doivent employer des journalistes professionnels, essentiellement en CDI. Le recours abusif aux précaires (CDD à répétition, journalistes permanents indûment rémunérés à la pige, faux CLP...) sera pénalisé. Nous réaffirmons la revendication de la CGT de limiter le taux de précarité à 10 % dans les entreprises.

L'indépendance rédactionnelle est la condition d'une information pluraliste. En cas de mutualisation des pages, d'externalisation, de recours à la sous-traitance, les aides doivent être dégressives, car ces dérives mettent à mal non seulement le pluralisme, mais aussi les emplois.

Le taux de TVA applicable à la presse en ligne (19,6 %) doit être aligné sur celui de la presse papier (2,1 %). En contrepartie le SNJ-CGT exige que le contenu des sites d'information numérique soit réalisé uniquement par des journalistes professionnels pour pouvoir prétendre aux aides à la presse. Les journalistes travaillant sur le numérique doivent être couverts par le statut et la convention collective.

La composition des membres de la CPPAP (Commission paritaire des publications et agences de presse) doit être revue en y intégrant des représentants des salariés de la profession.

Chaque entreprise de presse devra publier annuellement ses comptes et un organigramme facilement déchiffrable. Le SNJ-CGT revendique la présence des représentants salariés dans les conseils d'administration et les conseils de surveillance, avec voix délibérative.

### **III/Combattre la précarité**

#### **1/ Développer les luttes pour les requalifications en CDI**

Comme le stipule la convention collective des journalistes, le CDI est la règle dans la profession ; la précarité organisée en mode de gestion est une violation du Code du



travail.

Le SNJ-CGT réaffirme sa volonté de voir créer, dans chaque entreprise, les emplois en CDI répondant à ses missions durables et permanentes.

Dans chaque entreprise des négociations sur la résorption de la précarité doivent s'ouvrir avec pour objectif une requalification en CDI avec poursuite du contrat de travail. Les postes créés ou vacants doivent être proposés aux requalifiables.

Dans l'audiovisuel public, qui emploie un taux très important de précaires, (depuis des années, RFI et Monte Carlo Doualyia, abusent des précaires en détournant la loi à leur avantage, imposent aux pigistes les « délais de carence » durant lesquels ceux-ci sont interdits de travail dans l'entreprise afin de ne pas devoir requalifier leurs contrats). Cette pratique, socialement indéfendable, doit changer, des plans d'intégration doivent permettre à tous ceux qui demandent leur requalification d'être embauchés en CDI : les nombreux emplois vacants de journalistes et PTA (personnel technique et administratif) non remplacés doivent ainsi être pourvus.

Le SNJ-CGT continuera d'accompagner aux prud'hommes tous les précaires requalifiables souhaitant faire valoir leurs droits par ce moyen.

Le statut d'autoentrepreneur, qui ne peut légalement s'appliquer aux journalistes, doit être éradiqué et les tribunaux saisis pour interdire cette pratique.

Les journalistes rémunérés à la pige doivent bénéficier, comme la loi Cressard le prévoit, des mêmes avantages que les titulaires en matière de politique salariale, de formation et de conditions de travail. De même, les journalistes en CDD doivent bénéficier des mêmes droits que les journalistes en CDI, comme le veut la loi.

## **2/ Baser la rémunération des pigistes sur le temps de travail**

Tout salarié doit recevoir pour un travail donné une juste rémunération, qui doit lui garantir les moyens nécessaires à son existence. Il doit être à la hauteur des qualifications et des compétences du salarié.

Aujourd'hui, peut-on dire que le journaliste rémunéré à la pige reçoit une juste rémunération ? La réponse est évidemment non.

La distorsion des salaires est de plus en plus importante dans toutes les formes de presse en France aujourd'hui. Il n'y a pas de commune mesure entre les rémunérations de quelques stars autoproclamées et les soutiers et, parmi eux, ceux sans qui presse écrite et presse audiovisuelle n'existeraient pas, les pigistes.

La première dignité du salarié, c'est son salaire. On ne peut pas parler de respect et encore moins de dignité quand un journaliste gagne moins que le SMIC, ou à peine plus, pour une charge de travail souvent plus importante que celle du journaliste permanent.

Les barèmes de rémunération des journalistes pigistes ne figurent que dans les grilles des quotidiens parisiens (SPQN), hebdomadaires et périodiques relevant du SPPMO (la presse d'opinion), radios locales privées et agences audiovisuelles ! Le barème du SPPMO est même menacé suite à la naissance du SEPM, qui regroupe la presse magazine et la presse d'opinion.

Les autres formes de presse sont en contravention avec le Code du travail et la convention collective de travail des journalistes. Un véritable scandale, qui permet aux entreprises d'individualiser les rémunérations en faisant croire aux pigistes qu'ils sont bien considérés.

Face au scandale de l'absence de véritables barèmes pour les pigistes, le SNJ-CGT propose de relever le défi et d'imposer enfin et collectivement une négociation sur les rémunérations.

Le SNJ-CGT s'engage à négocier des barèmes de piges basés sur le temps de travail. Chaque pige commandée sera rémunérée à la journée ou à la demi-journée en prenant comme base de rémunération le salaire du journaliste de la qualification, du titre et de la forme de presse considérée.

Le nombre de journées sera calculé en fonction de l'importance de la commande ; en prenant aussi en compte le temps passé pour le repérage et/ou documentation, le montage et/ou l'édition. En presse écrite, chaque feuillet rendu correspondra à un pourcentage, à déterminer, du salaire de référence. Pour l'audiovisuel, qui fonctionne déjà au temps de travail, la négociation devra déterminer si les critères de jours de tournage et de montage sont encore valides. À noter qu'à France Télévisions, un accord sur le barème de piges a été signé à l'unanimité.

L'indexation sur le salaire du journaliste permanent permet en outre de déclencher les mêmes augmentations de la grille lors des négociations annuelles obligatoires (NAO) soit au niveau national, soit au niveau de l'entreprise. Toute réutilisation des œuvres des journalistes pigistes donnera lieu à rémunération en fonction des accords d'entreprise signés.

Ce système (simple) de calcul de la rémunération du journaliste pigiste a donc pour base le seul temps de travail. Le bulletin de paie mentionnera le nombre de jours cumulé par les différents paramètres. Il permettra de faciliter le calcul des droits sociaux (prime d'ancienneté, maintien du salaire en cas de maladie ou de congé de maternité, formation, indemnités chômage, etc.).

Il convient de signaler que ces propositions du SNJ-CGT relèveraient d'un barème de rémunération minimum ; les accords d'entreprise ou les usages plus favorables ne seront pas remis en cause. Il convient enfin de signaler que prime d'ancienneté et treizième mois s'ajoutent à ce barème.

## **IV/ Valoriser le métier et imposer des négociations sur les nouvelles qualifications**

### **1/ Le travail du journaliste sur les sites d'information en ligne (pure players)**

Média mixte par nature, l'information en ligne fait appel à des qualifications de journalistes (ou de non-journalistes) existant dans la presse écrite ou l'audiovisuel : c'est le cas pour la rédaction, le secrétariat de rédaction, le photoreportage, le reportage audio ou vidéo, la rédaction en chef, l'infographie et la conception graphique, le dessin de presse, etc.

Pour ces fonctions existant dans les grilles de qualifications, il suffit souvent d'une formation courte d'adaptation aux spécificités de l'information en ligne pour se lancer. Les jeunes sortis récemment des écoles de journalisme ont même appris directement les rudiments de ce média au cours de leur formation.

Une information de qualité nécessite une formation de qualité, des conditions de travail correctes et des salaires à la hauteur de la responsabilité des journalistes. Internet ne doit pas être une « exception » aux règles légales conventionnelles, qu'il s'agisse des journalistes, des techniciens, des employés ou des cadres.

Beaucoup d'employeurs arguent de l'inexistence de grilles de qualifications spécifiques ou de l'absence des qualifications Internet dans les grilles « classiques » pour proposer des salaires très faibles aux nouveaux arrivants. Certains appliquent la convention Syntec ou d'autres conventions collectives fantaisistes. Les journalistes de la presse d'information en ligne doivent avoir les mêmes droits matériels et moraux que ceux des autres médias, le même déroulement de carrière, etc.

Le SNJ-CGT revendique l'édification d'une grille de qualification de journalistes spécifique à la presse d'information en ligne (les « pure players »), en intégrant les « anciennes » spécialisations avec leur « spécificité Internet » et quelques nouvelles qualifications. Aucune difficulté ne devrait apparaître à ce sujet, à condition que les employeurs, regroupés au sein du SPIIL, acceptent de négocier le contenu des qualifications et les salaires.

### **2/ Le travail du journaliste sur les médias numériques**

Le SNJ-CGT demande l'application des statuts, de la convention collective des journalistes professionnels et de tous les accords de branche ou d'entreprise aux journalistes professionnels qui interviennent sur les médias numériques.

En ce qui concerne les sites internet adossés à des médias « classiques » (presse écrite ou audiovisuel), le SNJ-CGT revendique l'intégration des qualifications spécifiques à l'Internet (journaliste reporter d'images, webmaster éditorial...) dans les grilles de qualifications existantes. Dans le cas où un e-journaliste exerce pour son média « classique » et pour sa déclinaison en ligne, les grilles devront prendre en compte cette surqualification.

Dans l'audiovisuel public, les rédactions dédiées existent essentiellement au niveau national (par exemple FTVI, Culture box...) ; en régions et outre-mer, seuls quelques journalistes des rédactions TV sont affectés au Web. Si tous les journalistes volontaires – en particulier dans les antennes de France 3 et RFO – doivent pouvoir enrichir de leur participation les sites de leurs rédactions, cette nouvelle activité doit aussi pouvoir s'organiser à partir de rédactions dédiées.

Les journalistes doivent être associés à une réflexion approfondie sur l'évolution de leur métier, dans le respect de leur professionnalisme, de leur statut et de leurs droits. La formation ne saurait se limiter à une simple adaptation à de nouveaux outils, quels qu'ils soient. Et ce n'est pas parce que les journalistes deviennent « hyperpolyvalents » qu'ils doivent effectuer toutes les tâches. Savoir tout faire ne veut pas dire faire tout en même temps, et en plus pour un même salaire.

À France Télévisions, le nouvel accord collectif d'entreprise signé le 28 mai 2013 prévoit des négociations ultérieures, notamment sur les « compétences complémentaires ». Pour la direction, le « journaliste monteur » (comme à France 2 pour les missions à l'étranger et dans certaines chaînes tout info du privé) est la prochaine étape de l'évolution du métier de journaliste au sein de la télévision publique. Le SNJ-CGT s'oppose et s'opposera à cette polyqualification préjudiciable au contenu et à la qualité des reportages, aux conditions de travail et dangereuse pour l'avenir du métier de monteur dans l'audiovisuel public.

A Radio France, malgré le rejet par l'ensemble des syndicats d'un accord nouveaux médias, la direction veut imposer aux journalistes le travail pour internet sans réelle formation ni moyens. Malgré l'existence de rédactions web à Paris, le nombre d'emplois dédiés à internet est insuffisant pour offrir aux internautes des productions répondant aux mêmes exigences de qualité que celles destinées à une diffusion hertzienne. Pour la production de photos ou de vidéo, Radio France a besoin de journalistes formés à l'image (photo reporters, JRI). Les journalistes qui souhaitent travailler pour internet en même temps que pour la radio doivent pouvoir bénéficier de formation qualifiantes. La production pour les nouveaux médias ne peut se faire au détriment du coeur de métier de Radio France: la radio.

### **3/ Les écoles de journalisme**

L'école de journalisme de Cannes est devenue récemment le 14<sup>e</sup> établissement dont le cursus a été validé par la CPNEJ (Commission paritaire nationale de l'emploi des journalistes). Sur les 14 établissements, quatre sont privés, dont trois se sont rapprochés de l'université. Ces derniers forment 16 % des journalistes entrant dans la profession.

Le type de sélection, par concours, le type d'études ouvrant la voie à ces écoles, ainsi que les frais de scolarité pratiqués par certaines d'entre elles (jusqu'à 5 000 euros par an) écartent de ces formations une large frange d'étudiants qui feraient pourtant d'excellents journalistes. Ainsi, en 2005, près de 53 % des étudiants en journalisme étaient des enfants de cadres et de professions intellectuelles supérieures, pour

seulement 10 % de fils et filles d'ouvriers (chiffres issus des Actes de la Recherche en Sciences Sociales, juin 2011).

De manière générale, les écoles de journalisme souffrent d'un déficit de formation généraliste, au profit de l'apprentissage des gestes professionnels. Dans leur désir de fournir des journalistes prêts à l'emploi et de satisfaire les demandes des patrons de presse, pourvoyeurs de financements via la taxe d'apprentissage, les écoles de journalisme participent d'un certain formatage : se couler dans des formats courts, préparer à la polyvalence des tâches, jongler entre plusieurs supports...

À leur sortie de formation, les journalistes débutants doivent également se plier au jeu des bourses et autres concours pour décrocher des CDD dans des rédactions qui abusent de leur prestige. Certains médias, comme *Le Monde* (avec Le Monde Académie), constituent même des promotions d'aspirants au métier, dont quelques-uns décrocheront un CDD. Ou quand obtenir un emploi — fût-il précaire — devient une récompense...

Le SNJ-CGT réaffirme sa revendication, déjà exprimée lors de son précédent congrès, d'une nécessaire formation généraliste, payée par l'employeur, pour les nouveaux journalistes n'étant pas diplômés d'une école reconnue, comprenant les techniques de base du métier, mais également l'enseignement des principes professionnels, de notre statut et la sensibilisation à l'esprit critique. Le SNJ-CGT réaffirme que la profession doit rester ouverte à des profils et catégories sociales d'origines diverses.

Le SNJ-CGT demande d'ailleurs que les syndicats de journalistes retrouvent toute leur place dans les écoles de journalisme, afin de prendre part, avec les étudiants, à des débats sur le rôle du journaliste, sur le droit à l'information...

Le SNJ-CGT revendique une extension de l'enseignement public du journalisme, pour permettre une plus large ouverture de la profession, en minimisant les frais d'inscription et autres. Il rappelle également les patrons de presse à leur devoir de proposer aux journalistes une formation tout au long de leur carrière, en particulier face à l'évolution des techniques et des supports. Les journalistes doivent pouvoir eux-mêmes choisir la formation permanente qui convient le mieux à l'objectif de transmission de l'information. Les contraintes techniques ne doivent jamais prendre le pas sur la réflexion, la recherche et la vérification de l'information.

## **V/ Revaloriser les salaires et faire respecter la législation sur le temps de travail**

### **1/ Salaires : améliorer le pouvoir d'achat des journalistes**

Au moment où les journalistes sont de plus en plus diplômés, et confrontés à des exigences nombreuses, il ne peut y avoir de salaires en dessous de 1,8 fois le SMIC (un SMIC au niveau revendiqué par la CGT, soit 1 700 euros bruts). Les grilles conventionnelles doivent prendre en compte le déroulement de carrière.

A travail égal salaire égal disent les textes. Or aujourd'hui encore les salaires des femmes journalistes sont inférieurs de 27% à ceux des hommes, à fonction et ancienneté égales. De même l'accès aux fonctions d'encadrement doit être assuré pour les femmes, de même manière qu'aux hommes. Le SNJ-CGT se battra dans chaque entreprise pour que des plans de rattrapages concrets soient mis en place lors des NAO.

Dans l'écrit, les journalistes affectés à certaines fonctions n'ont pas de qualification reconnue dans les grilles conventionnelles (rédacteur-iconographe) ou les qualifications et les définitions de fonction qui leur sont appliquées sont floues et assez techniques (rédacteurs-graphistes, infographes). Il est urgent de revaloriser certaines qualifications (secrétaires de rédaction ou rédacteurs-graphistes, reporters-photographes et les métiers de l'audiovisuel) pour éviter que leur contenu devienne uniquement technique (se limitant à la mise en page et au traitement de l'image) et que ceux qui les exercent perdent la qualité de journaliste.

Le SNJ-CGT dénonce les augmentations individuelles au mérite qui récompensent davantage la loyauté vis-à-vis de la direction que la qualité professionnelle.

Le SNJ-CGT, qui défend les accords de branche, exige que des négociations annuelles sur les niveaux de salaires par type de presse soient engagées avec obligation de résultat pour améliorer le pouvoir d'achat des journalistes en constante régression depuis de nombreuses années.

## **2/ Temps de travail : respecter la convention collective et les accords RTT**

Le SNJ-CGT exige un respect de la loi sur le temps de travail : les accords 35 h, qui prévoient des semaines de 39 h avec des compensations en jours de RTT doivent être respectés. Les nouveaux outils ne doivent pas servir de prétexte à un travail des journalistes 24 h sur 24, 7 jours sur 7.

Le SNJ-CGT s'appuyant sur la convention collective s'oppose au forfait-jour annualisé et réaffirme que la durée de travail quotidienne, hebdomadaire, mensuelle et annuelle des journalistes ne saurait dépasser les durées légales ; il réaffirme également son attachement aux 35 h ; tout dépassement lié à l'actualité donne droit à récupération ; il s'opposera à toute remise en cause de cette durée.

## **3/ Journalistes encadrants**

Comme l'UGICT-CGT, le SNJ-CGT revendique le plein exercice de la responsabilité sociale des cadres, avec des droits individuels garantis collectivement, tel que le droit de refus et d'alternative sans sanction en cas de directive contraire à l'éthique professionnelle ;

Il demande que les cadres soient formés de manière permanente à la conduite éditoriale, à l'encadrement d'équipes, au droit du travail et au dialogue social ; il

demande un mode d'encadrement alternatif à celui qui transforme les responsables de l'encadrement en simples exécutants dotés de pouvoirs coercitifs ; si ces entretiens existent, il demande des débats contradictoires entre les cadres et leur N+1 sur la définition de leurs objectifs et leur réalisation, et la possibilité d'être assisté et de pour voir faire appel en recours aux DP et OS.

#### **4/ Diversité culturelle et sociale:**

Le SNJ-CGT constate que les reportages et magazines, notamment dans l'audiovisuel y compris public, ne reflètent pas la diversité du pays, culturelle et sociale, en métropole et dans les outre-mers; il constate également que cette diversité ne se retrouve pas parmi les journalistes.

- Il exige que cette diversité soit prise en compte, tant dans les contenus des grilles et des pages que dans les recrutements ;
- Il exige que les employeurs combattent les discriminations et que l'ensemble des programmes et contenus soient représentatifs de la diversité de la société, notamment en donnant la parole à ses différentes composantes ;
- Il exige que les contrats de professionnalisation, ou autres contrats de ce type, destinés aux journalistes issus de milieux en difficulté, présentent de réelles garanties d'emploi en CDI.
- Il exige que les médias donnent toute leur place aux langues régionales dans les programmes et contenus, et pour l'audiovisuel à des horaires stables et dans des créneaux bien exposés.

#### **5/ Droits des salariés dans l'entreprise**

Le SNJ-CGT estime urgent d'accorder des droits nouveaux pour les représentants des salariés dans les Conseils d'administration des entreprises, dans les CE, du privé et du public. Les droits nouveaux dans les CE doivent notamment permettre aux élus de s'opposer aux stratégies jugées inadéquates, aux concentrations, restructurations, jusqu'à étude de leurs propositions alternatives.

#### **VI/ Pour un pôle public de l'information**

La déréglementation de l'audiovisuel public met à mal le principe de l'égalité d'accès au droit à l'information pour tous. Le Congrès du SNJ-CGT souligne la nécessité d'un pôle public audiovisuel doté des moyens nécessaires à son développement. Ce pôle public de l'information (France Télévisions, Radio France, AEF, devenu France Médias Monde, INA, Euronews, Arte France) doit être redéfini et renforcé pour contrebalancer le poids des conglomérats privés.

## **1/ La loi sur l'audiovisuel public**

La nomination des PDG de l'audiovisuel public par un CSA modifié et renouvelé ne suffira pas à garantir l'indépendance de l'audiovisuel public. Une autre Loi, prévue au printemps 2014, doit garantir son périmètre et, surtout, son financement. Ce devrait être l'occasion de constitutionnaliser son existence et de garantir ses ressources (par exemple avec une redevance élargie à tous les écrans). Cette Loi doit prévoir que les Conseils d'administration comptent au moins 50% de représentants des salariés. D'autant plus que le secteur audiovisuel fait l'objet d'une dangereuse offensive à l'occasion du futur accord commercial transatlantique entre l'UE et les USA. Il vient d'être momentanément exclu du mandat de négociation dans le cadre de « l'exception culturelle », mais la vigilance reste de mise.

## **2/ Une convention collective de tout l'audiovisuel public**

Les PDG de l'audiovisuel public viennent de se constituer en « SMSP » (Syndicat des médias de service public), qui succède à l'ex AESPA (Association des employeurs du service public de l'audiovisuel) dissoute en 2009. Dissolution qui avait eu pour effet ensuite de dénoncer la convention collective des personnels techniques et administratifs, l'avenant audiovisuel CCNTJ et les accords collectifs de certaines entreprises.

Le SNJ-CGT attend du SMSP qu'il revendique pour l'audiovisuel public un rôle de régulateur social dans la branche. Nous demandons l'ouverture d'une négociation pour une Convention collective qui s'applique à tous les PTA (personnel technique et administratif) de l'audiovisuel public et la renégociation d'un avenant audiovisuel à la CCNTJ pour tous les journalistes du secteur.

## **3/ L'abolition des décrets « Tasca » à France Télévisions**

FTV doit cesser d'être la vache à lait des producteurs privés, par le biais du budget annuel « sanctuarisé » (450 millions d'€ par an) qu'elle doit consacrer à l'achat de programmes aux producteurs privés, par l'interdiction qui lui est faite de toucher des royalties lors de diffusions ultérieures ainsi que de bénéficier des produits dérivés. Ces contraintes, inscrites dans les décrets dits « Tasca » datant de plus de vingt ans doivent être abolies.

Car l'heure est grave. Avec l'arrivée des télévisions connectées, les chaînes de France Télévisions, simples diffuseurs, ne possédant pas de catalogues de programmes, vont être vidées de toute substance au profit des producteurs et des majors américaines.

Il faut réinternaliser au minimum 60 à 70 % des droits et de la production (5 % actuellement) et développer une véritable industrie des programmes, dont la France manque cruellement.



## **VII/ Garantir l'indépendance de l'AFP, toujours menacée**

Durant ces dernières années, deux tentatives de casser le statut d'indépendance de l'AFP ont été déjouées par la mobilisation du personnel de l'agence, mais celle-ci est toujours menacée. Pourtant, la mission d'intérêt général de l'AFP a été reconnue par la loi en 2012.

Une procédure auprès de Bruxelles, au nom du sacro-saint principe libéral de la libre concurrence, continue à faire peser des menaces sur la seule agence de presse internationale non anglo-saxonne. À la faveur de cette procédure, l'évaluation du coût des missions d'intérêt général justifiant un financement sur fonds publics pourrait servir de prétexte à l'État pour réduire ses abonnements. Déjà 4 millions d'euros ont été gelés, au prétexte de réduire les déficits publics, sous la pression de la commission de Bruxelles. « L'État se désengage de l'AFP », a admis récemment le PDG Emmanuel Hoog. Bruxelles contesterait aussi un des articles de la loi de 1957 définissant le statut de l'AFP qui protège l'agence d'une éventuelle faillite.

En septembre 2013, la ministre de la Culture et de la Communication a confié au député Michel Françaix une mission sur l'AFP. Il est chargé de proposer « des évolutions législatives, réglementaires, financières » de l'entreprise, au nom des mutations économiques et technologiques du monde de l'information. Avec des objectifs aussi vagues nous avons toutes les raisons de nous inquiéter des intentions des pouvoirs publics.

Au même moment, l'actuel PDG, dont les projets ont donné lieu à plusieurs grèves et une motion de défiance votée par l'écrasante majorité des salariés, continue sa politique de dépenses et d'endettement excessifs mettant l'agence dans une situation financière critique, avec une trésorerie exsangue. Il attaque les droits des salariés, tente de remettre en cause les accords d'entreprise et augmente la précarité.

Nous l'avons assez dit : l'existence de l'AFP ne se justifie pas du point de vue de la logique économique et du profit. Elle est un enjeu du pluralisme, du droit citoyen à une information vérifiée et exhaustive et de la démocratie en France comme à l'étranger. L'AFP n'a pas seulement des missions d'intérêt général, elle est UNE mission d'intérêt général.

Candidat à la présidence, François Hollande avait fait de la garantie de l'indépendance de l'AFP une de ses promesses de campagne. Or cette indépendance ne peut être garantie qu'en lui donnant un financement pérenne et les moyens d'investir dans les équipements nécessaires à son développement. Pour l'heure, le gouvernement est au contraire engagé dans une logique de réduction des moyens.

Le désengagement de l'État serait fatal pour l'AFP. Il laisserait la porte ouverte aux ambitions de groupes privés (« partenariats ») ayant pour conséquence un contrôle de l'information à leur avantage et une privatisation à terme.

## VIII/ Presse progressiste et presse syndicale

### 1/ La presse progressiste

Dans un environnement en crise où la financiarisation renforce les logiques gestionnaires, les nouvelles politiques rédactionnelles remettent en cause les acquis sociaux et privent les journalistes des moyens nécessaires pour faire correctement leur travail.

Dans ce paysage général d'une presse dans la tourmente, la presse progressiste qui concourt au pluralisme et à la bataille des idées, est, elle aussi, en difficulté. Elle mérite une attention particulière, notamment au regard des propositions du SNJ-CGT de réforme des critères d'aides à la presse, qui devraient bénéficier en priorité à la presse d'opinion et à faible ressource publicitaire. Ces critères privilégient aujourd'hui les grands groupes de presse à fortes capacités d'investissements et orientent les stratégies industrielles vers le tout numérique. Pour pallier ce déséquilibre de moyens, les aides à la presse doivent être au contraire redirigées, dans un système de péréquation qui favorise l'emploi, vers les titres n'ayant ni fortes ressources publicitaires, ni appui de grands groupes financiers ou capacité de lever des fonds auprès d'établissements bancaires, sans faire le choix d'un tout numérique concurrent du papier.

*L'Humanité* connaît des problèmes récurrents ; l'hebdomadaire *Le Patriote* dans les Alpes-Maritimes a cessé sa parution en juin avant de la reprendre, mais amputé de 4 pages et avec trois salariés en moins ; le quotidien du Limousin *L'Echo*, en redressement judiciaire, a supprimé 21 postes ; le plan de restructuration de *La Marseillaise* a entraîné une baisse de 20 % des effectifs de la rédaction et une réduction des éditions locales et des agences ; *Liberté Hebdo* est en sursis ; *Regards* ou *Politis*, obligés de lancer des souscriptions ; le magazine *L'Elu d'aujourd'hui* voit son nombre d'abonnés se réduire et ses ressources publicitaires baisser.

L'évolution de ces entreprises se fait dans un environnement libéral avec des attaques répétées contre le modèle économique et social issu du Conseil National de la Résistance en application depuis l'après-guerre, et des contraintes économiques liées à la hausse des matières premières ou aux menaces qui pèsent sur les tarifs postaux.

Dans nombre de titres, les obligations légales minimales en matière de salaires, d'ancienneté, de retraite, de formation, ne sont parfois pas respectées. Dans certains titres le système de gestion du personnel est défaillant, ce qui entraîne de la souffrance chez les journalistes, comme l'enquête de la section SNJ-CGT de *La Marseillaise* l'a révélé en 2010. A *L'Elu d'aujourd'hui* la direction omet parfois de donner des directives claires aux journalistes, entraînant déresponsabilisation et surcroît de travail, non rémunéré ; son travail consiste souvent plus en une tâche de secrétaire administratif que de journaliste ; cette « sous-qualification » de fait est pour lui une source de souffrance.

Ces journalistes, attachés à la spécificité et à l'identité de leurs titres, veulent être associés à la réflexion à mener pour sauver une presse essentielle au pluralisme de

notre pays.

Les directions de ces journaux ne peuvent compter seulement sur l'attachement, la fidélité et le militantisme de leurs salariés mais aussi sur la plus-value que, de ce fait, ils apportent par leur travail. Elles doivent favoriser une prise de responsabilité collective et reconnaître tous leurs droits à des journalistes qui s'impliquent, subissent des conditions de travail difficiles, mais font aussi des propositions constructives. Comme c'est le cas à *L'Humanité*, où la section SNJ-CGT veille à ce que la direction associe l'ensemble des personnels au projet d'entreprise qui est en train d'être mis en place. De la même façon et malgré la situation financière tendue, l'action syndicale a permis d'améliorer collectivement les salaires des rédacteurs.

Dans un paysage médiatique dominé par les puissances économiques et financières, la survie d'une presse réellement indépendante, qui ne soit pas aux ordres de l'idéologie libérale, est une nécessité. La presse progressiste doit trouver sa place dans la nouvelle architecture médiatique. Cela ne pourra se faire qu'en respectant les obligations légales et conventionnelles qui s'imposent à toute entreprise et en instaurant un dialogue véritable avec les salariés.

## **2/La presse de la CGT**

Nous critiquons souvent, et à juste titre le traitement médiatique de l'actualité économique et sociale. Avec des médias contrôlés par les grands groupes industriels et financiers, les thèses libérales sont présentées comme l'unique solution. Le film *Les Nouveaux Chiens de Garde* a bien montré comment le discours dominant est asséné, à l'aide de pseudo-experts et de journalistes vedettes.

Dans cet univers médiatique hostile, la CGT dispose d'un véritable atout, son entreprise de presse. Nous sommes la seule confédération à avoir une entreprise de presse. C'est un motif de fierté et une question stratégique essentielle.

Grâce à l'ensemble de nos publications (la *NVO*, *Ensemble*, *Le Peuple*, les publications juridiques), nos syndicats, nos syndiqués ont accès à une information différente, sociale, qui témoigne des luttes et des revendications des salariés.

Alors que le patronat est à l'offensive et que la bataille idéologique atteint des paroxysmes, la CGT a le devoir de donner à ses militants, à ses syndiqués en responsabilité les moyens de comprendre les enjeux de la crise, de décrypter les stratégies à l'œuvre, de maîtriser le sens des campagnes idéologiques auxquelles il s'agit de faire face, pour mener les combats indispensables à la défense des salariés, des privés d'emploi, et à de nouvelles conquêtes.

Nous devons apporter à nos syndiqués en responsabilité des outils, des connaissances, bref une information permanente qui leur permette d'assumer leur rôle d'élu et mandaté afin qu'ils puissent répondre aux attentes des salariés.

La presse confédérale doit être un élément indispensable d'information, de

formation tout au long de la vie militante, mais aussi un élément structurant de la qualité de notre vie syndicale, du développement de la CGT. Notre presse doit être un vecteur essentiel du rapport de forces que nous devons construire face au patronat pour changer la donne. Le 50<sup>e</sup> congrès de Toulouse a réaffirmé son importance dans cette bataille idéologique, mais aussi la nécessité de lui accorder des moyens à la hauteur des enjeux.

Car l'entreprise de presse de la CGT rencontre des difficultés et son avenir est en question. Le magazine *NVO* a connu une baisse de son nombre d'abonnés de 17 % en 5 ans et la publicité a baissé de 12 %. Il y a urgence à trouver un modèle économique viable qui permette de sauver l'entreprise.

C'est le sens des décisions prises par le CCN de février 2013 qui a décidé le lancement d'une souscription financière et arrêté la mise en place d'un groupe de travail opérationnel, sous sa responsabilité, pour conduire une réflexion et formuler des propositions autour de deux axes :

L'évolution de la presse confédérale et la place du journal de la CGT, la *NVO*, dans l'offre d'information de la CGT, ainsi que ses modes de diffusion et de financement.

L'évolution du modèle économique de l'entreprise de presse de la CGT.

Le SNJ-CGT réaffirme son attachement à l'entreprise de presse et au journal de la CGT, *La Nouvelle Vie Ouvrière*. Ils sont les garants de notre indépendance. La CGT, ses syndiqués, militants, organisations, doivent se mobiliser pour sauver ce capital historique. Il est indispensable d'associer à la réflexion les salariés de l'entreprise de presse qui ont entamé depuis plusieurs mois un travail sur son avenir et ont élaboré des propositions.

## **Partie C — Le syndicalisme CGT chez les journalistes. La place du SNJ-CGT dans la CGT.**

### **I/ L'influence du SNJ-CGT, une légitimité renforcée**

#### **1/ Des résultats électoraux encourageants dans le cadre de la loi sur la représentativité**

La loi du 20 août 2008 sur la représentativité a entraîné des modifications profondes de notre fonctionnement et des rapports entre organisations syndicales. Alors que les cinq confédérations historiques étaient auparavant représentatives de façon irréfutable, à partir du décret de 1966, qui donnait le même poids aux centrales syndicales, la donne est maintenant profondément bouleversée.

La réforme de 2008 visait à refonder les bases du système de relations sociales en basculant d'un système fondé sur la présomption de représentativité des syndicats

vers un système fondé sur une légitimité acquise lors des élections professionnelles. Ainsi, au niveau national et interprofessionnel et dans les branches professionnelles, seules les organisations ayant obtenu au moins 8 % des suffrages seront désormais considérées comme représentatives (dans les entreprises, le seuil est de 10 %).

Pour apprécier ce seuil, ont été agrégés, pour la première fois, les suffrages issus :

- du cycle des élections professionnelles dans les entreprises de onze salariés et plus entre 2009 et 2012 ;
- du scrutin organisé spécifiquement et pour la première fois auprès des salariés des très petites entreprises (moins de onze salariés) et des employés à domicile ;
- des élections aux chambres départementales d'agriculture pour les salariés de la production agricole.

Au niveau national et interprofessionnel, la CGT, la CFDT, FO, la CFE-CGC et la CFTC ont atteint le seuil de 8 % fixé par la loi. Au regard des seuls suffrages exprimés pour ces organisations, leur audience relative s'établit à 30,62 % pour la CGT, 29,74 % pour la CFDT, 18,23 % pour FO, 10,78 % pour la CFE-CGC et 10,63 % pour la CFTC. Ces 5 organisations syndicales sont donc en capacité de signer des accords collectifs.

Dans notre secteur les résultats provisoires concernant la Convention collective des journalistes sont satisfaisants. Avec 25,1 % des voix, le SNJ-CGT confirme sa place de 2<sup>e</sup> organisation de la profession derrière le SNJ (38,5 %) et devant la CFDT (16,7 %), FO (10,5 %), la CFTC (4,7 %) et la CGC (2,6 %).

Ce résultat confirme notre bon score obtenu aux élections de la commission de la carte de presse de juin 2012, où le SNJ-CGT a dépassé pour la première fois de son histoire la barre des 20 % avec près de 21 % des suffrages.

Le SNJ-CGT est bien le deuxième syndicat de notre profession. Comme pour toutes les organisations de la CGT, la mise en œuvre de la loi sur la représentativité a été complexe et a nécessité beaucoup de temps. Les négociations sur les protocoles électoraux, les désignations requièrent maintenant notre plus grande attention.

Surtout quand une autre fédération de la CGT présente des candidats journalistes contre les listes du SNJ-CGT ! Cette situation inacceptable, liée à la signature par la Filpac de la convention collective des journalistes en juillet 2006 et par l'absence de décision de la confédération dans ce dossier, n'est plus tenable. Nous ne pouvons accepter qu'un juge tranche entre deux organisations de la CGT. Le SNJ-CGT, qui a rang de fédération, doit être la seule organisation de la CGT à syndiquer et représenter les journalistes.

## **2/ Un acteur incontournable au sein de la profession**

Le SNJ-CGT joue un rôle moteur dans les instances qui structurent notre profession. Depuis notre congrès de Lille, nous avons augmenté notre présence dans ces

différentes instances paritaires.

À la commission de la carte de presse (CCIJP), nous avons maintenu le même nombre d'élus (2 titulaires et 2 suppléants sur 8) et le travail de nos commissaires est salué par tous. Nous siégeons au sein des différentes commissions paritaires (Conseil paritaire de la presse, CPNEJ, CPNEF Presse et audiovisuel, CNMJ), nous avons renforcé notre présence dans les 13 écoles de journalisme reconnues par la profession.

Nous avons maintenant des représentants au sein des conseils d'administration d'Audiens et de l'Afdas (organisme collecteur de la formation qui regroupe les secteurs du spectacle, de l'audiovisuel, de la presse, de l'édition...). Il faut d'ailleurs souligner que notre entrée dans ces conseils d'administration a été soutenue par nos camarades de la fédération du Spectacle.

Les collègues qui sont licenciés et qui ont plus de 15 ans d'ancienneté choisissent très souvent notre syndicat pour aller en commission arbitrale. Preuve là aussi que le travail de nos arbitres et des camarades qui préparent les dossiers est remarquable.

Alors que l'intersyndicale des syndicats de journalistes n'a plus d'existence, en raison de différends politiques et syndicaux, mais surtout de l'affaiblissement de certains syndicats, le SNJ-CGT porte une vision de la profession et de son évolution qui la distingue du syndicat corporatiste et majoritaire.

Ainsi, concernant le débat sur la déontologie, nous continuons de refuser de nous associer au projet de création d'un conseil de presse. Notre opposition à ce projet, qui est une mauvaise réponse au problème de défiance des citoyens envers leurs médias, a contribué à son actuelle mise en échec.

Le SNJ-CGT a également eu un rôle décisif concernant l'activité des 3 syndicats français (SNJ, USJ CFDT et SNJ-CGT) membres de la Fédération européenne des journalistes. Au sein de la Fédération, nous avons tenté, sans succès, de donner à la FEJ une nouvelle orientation vers un syndicalisme de transformation et de lutte face à la volonté des syndicats du nord de l'Europe de développer un syndicalisme d'accompagnement.

### **3/ Une forte activité internationale qu'il nous faut encore développer**

La solidarité internationale ne doit pas être un vain mot. Le SNJ-CGT situe son action dans les orientations de solidarité internationale de la CGT. Le syndicat défend aussi les intérêts des salariés dans la FIJ (Fédération internationale des journalistes) et la FEJ (Fédération européenne des journalistes) pour faire reculer toutes les formes d'exploitation, la précarité et pour lever toutes les entraves à la liberté d'information et au droit d'expression.

Dans ce contexte, le SNJ-CGT exige du gouvernement français et des 27 autres pays membres de l'UE la suspension des lois liberticides édictées après le 11 septembre

2001 entravant le droit à l'information.

Notre syndicat, après la fin de la période de l'OIJ (Organisation internationale des journalistes), avait décidé d'adhérer à la FIJ. Non sans difficulté à l'époque, certains syndicats français, mais aussi des adhérents de la FEJ nous refusant l'entrée « au club », du fait de notre sigle confédéral et de notre rôle joué dans l'OIJ.

Après de nombreuses batailles, nous avons finalement été admis au sein de la FEJ et de la FIJ. Au congrès de la FEJ à Zagreb en 2007, pour la première fois, un candidat présenté par le SNJ-CGT a été élu au sein du Comité directeur. Pendant deux mandats (soit six ans), Patrick Kamenka a pu ainsi faire entendre les propositions du SNJ-CGT, influencer sur le contenu de la politique syndicale de la FEJ et participer à de nombreuses initiatives sur le plan européen et mondial, tout en participant activement à la rédaction des documents élaborés au sein du comité directeur, comme par exemple, celui sur la protection des sources, avec notre collègue belge Philippe Leruth.

Le dernier congrès de la FEJ à Verviers (13-15 mai) a été marqué par la volonté de reprise en main par les syndicats nordiques et allemands de cette fédération, pour imposer une ligne réformatrice face à la crise. La position commune des syndicats du sud de l'Europe (France, Espagne, Italie, Portugal, Grèce) et britannique (NUJ), favorables à une ligne plus combative et de lutte contre l'austérité imposée par l'Union européenne, n'a pas permis de faire élire notre candidat, Paco Audije (Espagne) au poste de président.

Une fois de plus, la présidence revient à un Scandinave, le Danois Mogens Blicher Bjerregard. Il succède à 9 ans de présidence d'Arne Koenig (Suède). La Russie est élue au poste de vice-président. Le candidat du SNJ-CGT a été battu lors des élections pour le Comité directeur et n'occupe plus qu'un poste de suppléant.

Au-delà se pose la question de la ligne syndicale conduite par la FEJ. La conception défendue par les syndicats scandinaves et allemands est à l'opposée de celle du SNJ-CGT. Ils défendent un syndicalisme d'accompagnement et possèdent d'importants moyens avec les fonds de la diplomatie scandinave et des fondations d'outre-Rhin pour « aider » les syndicats, tant dans les pays de l'Est de l'Europe que dans d'autres continents.

Dans ces conditions il apparaît nécessaire de privilégier la constitution d'un groupe comprenant les syndicats de l'Europe du sud et du NUJ pour élaborer une ligne progressiste et faire des propositions pour mettre en échec les décisions tendant à renforcer les positions réformatrices et d'adaptation face à la crise.

Nous devons nous pencher sur notre activité au sein de la FEJ. Même si nous n'avons plus de représentant au comité directeur nous devons participer aux travaux des différents groupes d'experts. Mouloud Aïssou siège au sein du groupe Breg (audiovisuel). Il reste trois autres groupes (conditions de travail, droits d'auteur et pigistes) auxquels nous pourrions participer. Enfin, il nous faut réfléchir à une candidature du SNJ-CGT au comité directeur qui sera élu lors du prochain congrès, dans trois ans.

Jim Boumelha, président sortant de la FIJ (Fédération internationale des journalistes), a été réélu pour un dernier mandat de trois ans lors du congrès mondial de Dublin (4-7 juin). Pour la première fois, deux candidats étaient en lice pour la présidence : Jim Boumelha (NUJ, Royaume-Uni) et Philippe Leruth (AGJPB, Belgique). Ils ont obtenu respectivement 191 et 178 voix des 120 pays représentés.

La candidature de Philippe Leruth était clairement soutenue par les syndicats du nord de l'Europe et d'autres syndicats représentant la tendance réformatrice de la FIJ (nord de l'Europe, États-Unis, Australie), alors que le président sortant incarnait l'aile plus radicale de la FIJ (Europe du Sud, Amérique latine, Afrique).

Ce congrès faisait suite à celui de Cadix (2010), qui avait été explosif du fait de la confrontation entre ces deux tendances. La ligne la plus combative avait été majoritaire à Cadix avec comme conséquence, dans la foulée, le départ d'Aidan White, qui a occupé sans partage le poste de secrétaire général de la FIJ et de la FEJ pendant 25 ans, s'appuyant sur les syndicats les plus puissants, les plus riches et, comme par hasard, les plus réformistes.

La volonté de revanche des tenants de la ligne réformatrice après Cadix et après le départ d'Aidan White a « pollué » les débats à Dublin, les lignes opposées semblant de plus en plus difficiles à réconcilier. Il existe un risque certain d'isolement de certaines régions, par exemple de la FEJ par rapport à la FIJ. La solidarité internationale et le poids de la FEJ face à la Commission européenne s'en trouveraient sérieusement affaiblis, au moment où les problèmes de l'information sont décuplés.

Là encore, les liens entre le groupe Europe du sud et les syndicats d'Amérique latine, du Maghreb, de Palestine, de l'Afrique, etc. doivent être renforcés pour permettre à la FIJ de poursuivre une politique de solidarité et de conquête de nouveaux droits syndicaux.

Nous réaffirmons notre exigence de voir libérer les 63 journalistes turcs emprisonnés. Nous établirons des liens plus étroits avec les syndicats du Maghreb face aux menaces islamistes et des pouvoirs dictatoriaux.

Face à la situation en Palestine, le SNJ-CGT appuie la campagne de la FIJ pour obtenir que les journalistes palestiniens obtiennent le droit de circulation et d'exercice de leur métier en Israël comme dans les Territoires occupés. Une action en ce sens sera engagée en direction de l'ONU, lorsque la France présidera le Conseil de sécurité.

## **II/ Le SNJ-CGT, fédération des journalistes de la CGT**

### **1/ Une visibilité accrue au sein de la confédération**

Notre organisation syndicale des journalistes à la CGT au sein d'un syndicat national. Ce syndicat a rang de fédération et, à ce titre, comme les 31 autres fédérations compose, avec les unions départementales et régionales, le comité confédéral national (CCN).



Depuis notre dernier congrès, la participation du syndicat à l'activité de la CGT s'est renforcée. S'il s'avère compliqué de participer à l'ensemble des sollicitations de la confédération, le SNJ-CGT a essayé de s'impliquer au maximum dans les débats qui ont traversé la CGT. Nous avons renforcé notre participation aux travaux du CCN et tissé des liens avec d'autres fédérations de la CGT.

La visibilité du syndicat dans la presse confédérale ou sur le site CGT.fr s'en est trouvée renforcée. Le syndicat a mené des actions communes avec le secteur international de la confédération (journalistes turcs emprisonnés) et avec d'autres espaces comme le juridique.

La « régularisation » de notre situation vis-à-vis de Cogétise (cotisations) et du Cogitiel (base de données adhérents) permet une mise en relation de certains de nos militants avec les structures territoriales de la CGT. Nous devons continuer à tisser des liens avec les unions départementales et les unions locales qui constituent, souvent, pour les adhérents isolés, le seul lien possible avec la CGT.

Il est nécessaire d'être présents sur tous les dossiers nous concernant (commission culture, activité internationale, emploi, retraites) et de participer activement aux collectifs confédéraux.

## **2/ Renforcer les convergences avec les autres catégories de salariés**

Le SNJ-CGT est né de la volonté de journalistes de dépasser les limites étroites du corporatisme pour participer à la construction de solidarités entre tous les salariés. C'est le même sentiment qui nous anime aujourd'hui. S'ils ont des revendications spécifiques et des statuts différents, les journalistes, les cadres, les techniciens, les employés et les ouvriers des médias n'en sont pas moins salariés d'un même patron.

Dans cette optique le SNJ-CGT est favorable à la création dans les entreprises d'une union regroupant la section SNJ-CGT et les différentes sections syndicales des autres catégories de personnel comme, par exemple, à Radio France.

Depuis notre dernier congrès de Lille, les liens se sont renforcés avec les cadres de l'Ufict-Livre communication. Que ce soit au niveau des entreprises (AFP, *L'Équipe*, les groupes de la presse magazine...) ou des branches (délégation commune pour les négociations), l'échange et le travail en commun sont quotidiens. Il est primordial de poursuivre et de renforcer nos convergences.

Avec les camarades du SGLCE, les liens étroits qui nous unissent se sont encore développés. Que ce soit dans la presse quotidienne nationale ou dans la distribution avec la restructuration de Presstalis, les combats communs ont été nombreux. De nombreux camarades ayant la double appartenance SNJ-CGT/SGLCE participent à tous les niveaux à la vie du syndicat. Il nous faut maintenant faire le bilan de cette collaboration afin de définir ensemble les contours d'une nouvelle structuration.

### **3/ L'enjeu crucial de la syndicalisation**

Le nombre d'adhérents à la CGT (un peu moins de 700 000) représente seulement 2,6 % des 22 millions de salariés avec une implantation qui ne touche qu'une minorité d'entre eux. Le 50<sup>e</sup> congrès de Toulouse en mars 2013 a fait de la bataille de la syndicalisation une des priorités pour les années à venir. C'est en faisant évoluer nos formes d'organisation, en développant les convergences entre les structures professionnelles et territoriales que nous gagnerons la bataille de la syndicalisation.

Le constat est le même pour le SNJ-CGT. Sur les 37 000 journalistes détenteurs d'une carte de presse on peut estimer que seulement 10 % sont syndiqués. Si nous avons doublé notre nombre d'adhérents en 15 ans, nos effectifs stagnent depuis le congrès de Lille en 2010. Même si le nombre global de journalistes a baissé, cette situation ne peut nous satisfaire.

Face à la multiplication des « fronts », les reculs sociaux globaux et particuliers, les attaques de plus en plus virulentes contre l'information et le pluralisme, il est urgent de mettre en place un plan de syndicalisation. Il paraît donc indispensable de réfléchir collectivement en amont à l'organisation de ce plan, crucial pour l'avenir du SNJ-CGT.

Le SNJ-CGT ne peut se contenter de demeurer ontologiquement le deuxième syndicat de la profession. Pour lutter contre le corporatisme, pour affirmer les valeurs de la CGT, devenir la première organisation chez les journalistes ne doit pas être un vœu pieux, mais bien un objectif à atteindre.

Face aux attaques multiples des patrons et des politiques pour mieux encadrer l'information, le SNJ-CGT doit se donner les moyens de répondre aux coups portés contre la profession afin de créer un nouveau rapport de forces. Mais dans l'état actuel, même si nous avons conforté nos positions, cela ne permet pas d'être à la hauteur des enjeux.

Une campagne d'adhésions est indispensable pour tendre, partout où cela est possible, à la création de sections régionales afin de nous implanter en Presse quotidienne régionale avec notamment l'aide des UD et UL. Nous devons également nous déployer dans toutes les formes de presse (pure players, sites...).

Mais le plus urgent face au développement sans précédent de la précarité (1/5<sup>e</sup> de la profession) est de mener une intense activité en direction des journalistes rémunérés à la pige ou en CDD, en prenant notamment contact avec les collectifs ou regroupements régionaux qui se sont constitués et qui se multiplient, marquant ainsi le désarroi d'une population de plus en plus coupée des rédactions.

### **III/ Pour une fédération de la culture et de l'information**

#### **1/ La conférence nationale du 9 novembre 2011**

Le Syndicat national des journalistes CGT, ayant rang de fédération de la CGT, a tenu

une conférence nationale le 9 novembre 2011, conformément à ses engagements pris lors de son congrès de Lille en mars 2010 et en accord avec les décisions prises lors du 49<sup>e</sup> congrès confédéral de Nantes.

Le SNJ-CGT a réaffirmé à cette occasion son exigence de rester le syndicat national des journalistes de la CGT, en raison du statut spécifique de cette profession et de l'importance de l'information dans le débat démocratique. Le SNJ-CGT est la seule structure de la CGT pouvant syndiquer les journalistes.

Cette exigence découle de la légitimité acquise par notre syndicat au quotidien dans les équipes rédactionnelles, dans les organismes et négociations paritaires et dans les débats de société.

Le SNJ-CGT a réaffirmé son adhésion au projet confédéral de réfléchir à une nouvelle organisation des fédérations et des champs syndicaux. Il a d'ailleurs entamé depuis plusieurs années des travaux en ce sens et engagé des discussions avec d'autres fédérations.

Cependant, le SNJ-CGT ne conçoit ces rapprochements qu'avec l'objectif de fédérer les créateurs de contenus et les salariés y contribuant dans les domaines de l'information et de la culture. L'information et la culture sont en effet au centre d'énormes enjeux, économiques, idéologiques et politiques. Leur soumission aux nouvelles exigences du capitalisme rend plus que jamais nécessaire une lutte syndicale forte, puissante et combative pour le respect du pluralisme.

La conférence nationale a adopté une résolution intitulée « La place du SNJ-CGT dans la CGT : auteurs et créateurs relèvent ensemble le défi des contenus culturels » (cf annexe 2). Cette approche s'inscrit dans une démarche respectueuse des spécificités de chaque organisation et de leur champ de syndicalisation, comme le précisent les statuts de la confédération.

## **2/Le rapprochement avec la fédération du Spectacle CGT**

À partir des travaux de notre conférence nationale, le Comité national du SNJ-CGT a donné mandat au Bureau national afin qu'il examine avec le bureau fédéral de la Fédération du Spectacle les conditions d'un éventuel rapprochement.

Les liens entre la fédération du Spectacle et le SNJ-CGT ont continué de se tisser depuis 2010. À Audiens, à l'Afdas, à la CPNEF-AV nous fonctionnons en bonne intelligence et défendons les mêmes positions. Dans les entreprises de l'audiovisuel public (France Télévisions, Radio France, RFI...), nous menons les luttes ensemble. Au sein de la confédération, nous avons présenté une proposition commune lors de la mise à jour de la fiche 25 des repères revendicatifs, « droit à culture, à l'information et à la communication ». Cette position commune a d'ailleurs été en grande partie reprise par la commission des repères revendicatifs et adoptée par le CCN. Nous avons également travaillé en parfaite harmonie lors du congrès confédéral de Toulouse en mars 2013.

Les discussions avec la Fédération du Spectacle ont montré la pertinence de la logique d'un regroupement d'organisations œuvrant dans le champ des « contenus culturels ». Le congrès du SNJ-CGT valide cette démarche de rapprochement et charge le Bureau national et le Comité national de poursuivre les discussions afin de définir les conditions d'un éventuel rapprochement.

## **Annexe 1**

### **Charte de 1971 - Munich**

### **Déclaration des devoirs et des droits des journalistes**

### **Revue par le SNJ-CGT - Janvier 2011**

#### **Préambule**

Le droit à l'information, à la libre expression et à la critique est une des libertés fondamentales de tout être humain.

De ce droit du public de connaître les faits et les opinions procède l'ensemble des devoirs et des droits des journalistes.

La responsabilité des journalistes vis-à-vis du public prime toute autre responsabilité, en particulier à l'égard de leurs employeurs et des pouvoirs publics. La mission d'information comporte nécessairement des limites que les journalistes eux-mêmes s'imposent spontanément. Tel est l'objet de la déclaration des devoirs formulés ici.

Mais ces devoirs ne peuvent être effectivement respectés dans l'exercice de la profession de journaliste que si les conditions concrètes de l'indépendance et de la dignité professionnelle sont réalisées. Tel est l'objet de la déclaration des droits qui suit.

#### **Déclaration des devoirs**

Les devoirs essentiels du journaliste, dans la recherche, la rédaction et le commentaire et la transmission des événements, sont :

- 1) respecter la vérité, quelles qu'en puissent être les conséquences pour lui-même, et ce, en raison du droit que le public a de connaître ;
- 2) défendre la liberté de l'information, du commentaire et de la critique ;
- 3) publier seulement les informations dont l'origine est connue ou les accompagner, si c'est nécessaire, des réserves qui s'imposent ; ne pas supprimer les informations essentielles et ne pas altérer les textes et les documents ;

4/ Examiner avec rigueur et une vigilance critique les informations, documents, images ou sons qui lui parviennent. Le souci d'assurer au plus vite la diffusion d'une information ne dispense pas d'une vérification préalable de la crédibilité des sources.

5) ne pas user de méthodes déloyales pour obtenir des informations, des photographies, des images et des documents ;

6) s'obliger à respecter la vie privée des personnes ;

7) rectifier toute information publiée qui se révèle inexacte ;

8) garder le secret professionnel et ne pas divulguer la source des informations obtenues confidentiellement ;

9) s'interdire le plagiat, la calomnie, la diffamation, les accusations sans fondement ainsi que de recevoir un quelconque avantage en raison de la publication ou de la suppression d'une information ;

10) ne jamais confondre le métier de journaliste avec celui du publicitaire ou du propagandiste ; n'accepter aucune consigne, directe ou indirecte, des annonceurs ;

11/ vérifier si les documents, images et sons ou issus d'internet que le journaliste souhaite utiliser ne sont pas soumis à des droits commerciaux

12/ refuser toute pression et n'accepter de directives rédactionnelles que des responsables de la rédaction. Tout journaliste se fait un devoir d'observer strictement les principes énoncés ci-dessus et n'accepte, en matière de principes professionnels, que la juridiction de ses pairs, prévue par leur convention collective.

### **Déclaration des droits**

1) Les journalistes revendiquent le libre accès à toutes les sources d'information et le droit d'enquêter librement sur tous les faits qui conditionnent la vie publique. Le secret des affaires publiques ou privées ne peut en ce cas être opposé au journaliste que par exception en vertu de motifs clairement exprimés.

2) Le journaliste a le droit de refuser toute subordination qui serait contraire à son contrat d'engagement.

3) Le journaliste ne peut être contraint à accomplir un acte professionnel ou à exprimer une opinion qui serait contraire à sa conviction ou sa conscience.

4/ Le journaliste a le droit de faire valoir le droit de retrait défini par le code de propriété intellectuelle.

5/ Le journaliste a le droit de protéger ses sources y compris vis à vis de sa propre hiérarchie.

6) L'équipe rédactionnelle, reconnue juridiquement indépendante, doit être obligatoirement informée de toute décision importante de nature à affecter la vie de l'entreprise. Elle doit être au moins consultée, avant décision définitive, sur toute mesure intéressant la composition de la rédaction : embauche, licenciement, mutation et promotion de journaliste.

7) En considération de sa fonction et de ses responsabilités, le journaliste a droit non seulement au bénéfice des conventions collectives, mais aussi à un contrat personnel assurant sa sécurité matérielle et morale ainsi qu'une rémunération correspondant au rôle social qui est le sien et suffisante pour garantir son indépendance économique.

8/ Le journaliste conserve tous les droits moraux et patrimoniaux sur ses œuvres.

9/ Les éditeurs et les directions doivent assurer aux journalistes de bonnes conditions de recherche et de traitement de l'information.

## **Annexe 2**

### **La place du SNJ-CGT dans la CGT : auteurs et créateurs relèvent ensemble le défi des contenus culturels. Résolution adoptée à l'unanimité par la conférence nationale du SNJ-CGT le 9 novembre 2011.**

Le monde des médias s'est considérablement modifié en trente ans.

Les modifications auxquelles nous sommes confrontés ont été provoquées par divers événements sociopolitiques.

En premier lieu, dans les années 1980 et 1990, des secteurs sous monopole ont été ouverts à l'initiative privée. Dans le secteur des médias, la fin des monopoles publics a touché en premier lieu les activités audiovisuelles.

La déréglementation financière a enclenché une circulation internationale sans précédent des capitaux. Celle-ci a accéléré la financiarisation et l'internationalisation de nombreux secteurs d'activité, favorisant les acteurs détenteurs de liquidités à la recherche de la valorisation de leurs capitaux dans des activités nouvelles.

Parallèlement, les nouvelles technologies de l'information et de la communication ont aiguisé les appétits des capitalistes : ils y ont consacré d'énormes investissements, attendant en retour des profits élevés.

Les acteurs financiers, notamment les fonds d'investissement et de pensions (essentiellement anglo-saxons), ont centralisé le capital et facilité ses mouvements. Ils ne juraient que par la « convergence », que tous les analystes présentaient comme

une énorme opportunité de dégager des profits immédiats.

Seuls les groupes offrant une pertinence industrielle trouvaient grâce à leurs yeux : ils ont été à l'origine d'un mouvement de concentration sans précédent dans les activités industrielles et en particulier dans le monde de la communication. Les opérations de concentration, par exemple, ont été considérées par les acteurs financiers comme une source de revenus (grâce aux commissions perçues auprès des industriels), un nouvel espace d'investissement et un accroissement de leurs résultats.

Mais, comme pour les nouveaux maîtres des médias, seuls les groupes industriels offrant une pertinence industrielle répondaient à leurs stratégies financières, on a assisté à des mutations profondes au sein des nouvelles industries de la culture, de l'information et de la communication.

Les acteurs financiers (banques et fonds d'investissement) ne savent pas évaluer des ensembles trop incohérents. Ainsi le groupe Lagardère est sommé de se recentrer sur les médias et d'abandonner ses activités dans Matra et dans EADS, mais aussi dans l'imprimerie (le groupe Hachette a été longtemps le premier imprimeur français) et dans la distribution (il se désengage de Presstalis, après avoir été pendant plus de 60 ans l'opérateur des NMPP).

À une autre échelle, on assiste à des modifications structurelles dans la presse quotidienne, comme au *Figaro*, qui, après d'autres, abandonne son imprimerie du Tremblay et se recentre sur l'éditorial.

On a alors assisté au recul de la logique de conglomérat et à la formation d'oligopoles au sein des « filières » constituant, par un glissement sémantique, les industries de la culture (musique enregistrée, presse, information, édition, cinéma et audiovisuel), par opposition aux industries de la communication (télécommunications, informatique, Web, matériels électroniques grand public).

Les nouvelles stratégies ne touchent pas que les groupes de presse magazine et les groupes audiovisuels ; elles président aux recompositions jusque dans la presse régionale où les banques, Crédit Mutuel et Crédit Agricole (pour *La Voix du Nord* et *Centre France*), sont les maîtres d'œuvre.

***C'est dans ce nouveau contexte industriel que se pose la recomposition des structures de la CGT et que le SNJ-CGT est interpellé.***

**Le 49<sup>e</sup> congrès de la CGT, en décembre 2009, a décidé de restructurer les champs d'intervention des fédérations. Le SNJ-CGT s'inscrit dans cet objectif. Lors du congrès du SNJ-CGT de Lille en mars 2010 le document d'orientation réaffirmait nos positions : la nécessité de rester un syndicat national de journalistes dans la nouvelle fédération ; l'organisation par le syndicat d'une assemblée générale afin d'examiner notre périmètre professionnel.**

**Le SNJ-CGT est la seule structure de la CGT pouvant syndiquer les journalistes.**

**Les journalistes CGT, réunis dans leur syndicat national, le SNJ-CGT, doivent s'interroger sur le choix à faire entre une nouvelle fédération de l'information et de la culture et une fédération, plus large, de la communication.**

La réflexion à mener doit envisager cette alternative à la lumière des stratégies des industriels de la culture et des industriels de la communication, c'est-à-dire entre industries des contenus et industries des contenants.

Les grands opérateurs de la communication (Apple, Microsoft, Nokia au niveau international, Orange, Bouygues Télécom au niveau national) ont longtemps rêvé de l'avènement d'une filière « intégrée » de la communication, issue de la convergence des télécommunications, de l'informatique, de l'audiovisuel et des industries éditoriales.

Jusqu'ici des regroupements, comme AOL/Time Warner, Viacom, Bertelsmann..., ont connu des échecs retentissants.

Lagardère, par exemple, a abandonné Club Internet depuis longtemps pour devenir seulement un « fournisseur de contenus ».

Certes, compte tenu de la taille des industriels de la communication et de leur puissance financière, ils dictent leur loi aux fournisseurs de contenus (notamment en ce qui concerne la valorisation des produits sur leurs matériels), mais ceux-ci savent de mieux en mieux défendre leurs intérêts : les nouveaux supports de diffusion et de réception sont « gourmands » en contenus et, notamment, en contenus dits « premium », ceux-là mêmes qui vont faire la différence avec leurs concurrents.

Les groupes de presse s'installent de plus en plus dans une « logique gestionnaire » : recours à des indicateurs financiers, à l'externalisation des tâches de « création » par le recours, en ce qui nous concerne, à la pige, à la diminution des effectifs, à la flexibilisation de la masse salariale (les journalistes sont assimilés à des « centres de coûts », le contrôle de gestion est présent à tous les niveaux, y compris rédactionnel).

Ces modifications posent des problèmes de qualité des contenus et de pluralisme. En outre, les grands groupes visent des segments grand public, laissant à de plus petits les « niches » les moins rentables.

Les enjeux éditoriaux sont énormes. Les autres filières que la presse et l'information, telles que le cinéma, la radio, la télévision, l'édition ou la musique enregistrée, sont confrontées aux mêmes problématiques.

**C'est la raison pour laquelle, la création d'une fédération de l'information et de la culture regroupant les salariés de ces filières apparaît pertinente.**

Il sera toujours impossible de définir des structures répondant à toutes les problématiques : ainsi, ce n'est pas parce que la Poste a développé une activité de banque (La Banque postale) que la CGT doit intégrer les salariés de la Poste au sein de la fédération des activités financières, ou que les salariés de la Banque Postale



doivent intégrer cette dernière en quittant la fédération des activités postales et de télécommunication. En revanche, il est du rôle de la confédération d'impulser les solidarités entre organisations, telles que les définissent les statuts.

On fera enfin remarquer que les industries de la culture ont à voir avec les valeurs sociales qui sont attachées à la culture et à l'information.

La culture et l'information ont un caractère aléatoire (lié à leur diffusion) ; les industriels, soucieux de préserver leurs profits, sont amenés à contrôler au plus près la phase de conception (la ligne éditoriale), et pas seulement à externaliser la réalisation. Ils en arrivent à considérer que cette phase de conception ne relève pas de la loi du salariat.

La culture et l'information auxquels les réseaux et les outils de communication permettent d'accéder sont de plus en plus soumises aux lois du marché, avec des conséquences sur le travail des professionnels, dont la course à l'audience est la plus lourde à supporter par leurs auteurs, salariés ou précaires (ou intermittents).

Information et culture sont au centre d'énormes enjeux, économiques, idéologiques et politiques. Leur soumission aux nouvelles exigences du capitalisme rend plus que jamais nécessaire une lutte syndicale forte, puissante et combative pour le respect du pluralisme. Elles ont aussi en commun de ne pas être des marchandises comme les autres.

**Ce sont autant d'arguments qui militent pour la constitution d'une fédération de l'information et de la culture au sein de la CGT.**

**Cette fédération de l'information et de la culture** aurait l'avantage de conserver sa particularité, celle de fédérer des syndicats de métiers, aux fortes particularités et aux statuts divers (artistes, musiciens, compositeurs, plasticiens, réalisateurs, journalistes, scénaristes, photographes, personnels techniques et administratifs, etc.). Elle aurait aussi de belles perspectives de développement dans des secteurs non (ou mal) couverts actuellement.