



La direction de nos radios vous adresse des invitations pressantes à communiquer sur les réseaux sociaux. Nous vous alertons sur les risques que ces initiatives font peser sur votre cadre de travail.

L'intersyndicale CFDT-CGT s'interroge sur l'errance numérique des directions successives de Virgin Radio et RFM.

C'est l'occasion de vous préciser, que les représentants du personnel tentent depuis plusieurs années de convaincre les directions successives de faire du déploiement numérique une priorité pour nos deux radios, notamment pour les stations locales. Mais bien sûr, en obtenant les moyens techniques nécessaires et la reconnaissance de la charge de travail supplémentaire. Les propositions des représentants du personnel ont été ignorées alors que dans le même temps **les projets numériques des directions se sont conclus par des naufrages financiers. L'argent qui n'existait pas pour les salariés a toujours été trouvé pour financer des opérateurs extérieurs.**

La gestion des produits numériques de RFM a finalement été reprise en interne. Virgin Radio est en passe de suivre le même chemin après une sous-traitance erratique. Pas sûr que l'on puisse podcaster nos programmes locaux avant encore de longs mois. Quant à nos applis, est-il besoin de rappeler le lourd dossier de la géolocalisation ? Sa gestion calamiteuse par les précédentes directions aboutit à ce qu'un animateur ou un journaliste local Virgin Radio qui conseille aux auditeurs de télécharger l'appli, les incite, de fait, à ne plus l'écouter lui !

Si la direction considère que les réseaux sociaux sont aujourd'hui un enjeu stratégique, elle doit s'emparer du sujet de façon professionnelle et non prôner un « volontariat », synonyme de bénévolat !

Pourtant, les moyens financiers existent. Au cours des trois dernières années les sociétés RFM et Virgin Radio ont fait remonter 35 millions d'euros de dividendes aux actionnaires du groupe Lagardère ! Nos dirigeants, n'ont qu'à se conduire comme le ferait tous bons patrons de PME en réservant une part de nos bénéfices à l'investissement. 10 % de ces dividendes permettraient, sans difficulté, de financer le développement du numérique, d'assurer la promotion de nos marques, de moderniser nos outils de travail et, surtout, de revaloriser nos salaires maintenus à des niveaux indignes de ceux du groupe Lagardère.

L'intersyndicale CFDT-CGT exige la négociation d'un accord d'entreprise sur les produits numériques et les réseaux sociaux. Pourquoi ?

Actuellement, il n'existe aucun cadre juridique sérieux définissant l'organigramme des responsables et salariés dédiés aux produits numériques, la chaîne de responsabilité éditoriale, les moyens techniques mis en place, la définition de la charge de travail.

Pour les animateurs locaux volontaires, la direction a fait un petit pas en reconnaissant 2 heures de travail hebdomadaires dédiées à l'utilisation des réseaux sociaux. C'est bien sûr insuffisant par rapport à la vraie charge de travail que représente une bonne gestion des

produits numériques. Par ailleurs, cela implique la reconnaissance d'une nouvelle fonction qui n'existe pas actuellement dans la définition de poste de la convention des radios privées.

Pour les journalistes, la convention des radios privées ne prévoit pas dans sa définition de poste de rédacteur-reporter-présentateur une quelconque publication sur les réseaux sociaux. Or la commission de la carte de presse exige une définition précise du poste occupé par le journaliste et le support sur lequel il intervient. En effet, il est impératif de connaître le directeur de publication du support. Enfin, il n'y a actuellement aucune reconnaissance de la charge de travail liée à l'utilisation des supports numériques.

L'intersyndicale exige donc un accord d'entreprise pour répondre aux obligations éditoriales et sociales de nos entreprises. Pas une simple charte qui fixe des devoirs, mais un accord qui garantit des droits et un cadre clair de travail. D'ailleurs, nos dirigeants récents, venant tous du Service Public où des accords ont été signés, devraient encourager cette demande. Ils ne peuvent laisser des salariés travailler « bénévolement », sans connaître la responsabilité juridique ou pénale qu'ils encourent en cas de problème. Si une publication déclenche une polémique, même petite, même locale, même involontaire quelle sera l'attitude de la direction vis-à-vis du salarié contributeur ? Quelle sera l'incidence des réseaux sociaux sur le temps de travail ? Quel support le journaliste devra-t-il privilégier ? Avec quel matériel devrait-il travailler ? Disposerons-nous d'abonnements professionnels ?

Tant que nous ne disposerons de réponses claires à ces questions simples, et donc d'un accord négocié, nous ne pouvons que vous conseiller de ne pas donner suite aux incitations de la direction.

Construisons un accord gagnant pour tous : entreprise, salariés et régies qui nous commercialisent.

Pour l'intersyndicale CFDT-CGT de Virgin Radio-RFM

Laurent Lemaire
Délégué syndical central CFDT

Jean-Charles Fontlupt
Délégué syndical CGT