

Accord sur la transition multimédia à Radio France

Article 1 Les grandes finalités de l'offre multimédia de Radio France

- Article 1.1 La mise en ligne des émissions de radio
- Article 1.2 La mise en ligne des tranches d'informations
- Article 1.3 La mise en ligne de la radio filmée

Article 2 L'organisation du travail et l'offre multimédia de Radio France

- Article 2.1 La responsabilité de l'encadrement
- Article 2.2 Les modalités d'aménagement du temps de travail au regard de l'offre multimédia de Radio France
 - Article 2.2.1 Le document de cadrage de l'offre multimédia
 - Article 2.2.2 Les aménagements en cours de grille
- Article 2.3 La responsabilité des équipes dédiées au multimédia
 - Article 2.3.1 La responsabilité de l'offre et des contenus multimédia
 - Article 2.3.2 Le rôle des métiers dédiés au multimédia

Article 3 La formation

- Article 3.1 La formation de l'encadrement
- Article 3.2 La formation des collaborateurs-trices
- Article 3.3 Les moyens du plan de formation multimédia

Article 4 Les moyens techniques

Article 5 Durée et suivi de l'accord

Annexe 1 - Autorisation de droit à l'image (hors chaîne info)

Annexe 2 - Liste des équipements et applicatifs à date

Annexe 3 - Traitement des cessions de droits

Annexe 4 - Actions de formation

Préambule

L'activité principale et initiale de Radio France est la production et diffusion radiophonique.

Cette activité radio s'est enrichie avec l'arrivée d'Internet. Cet enrichissement ne nuit aucunement à la qualité ou à l'offre radiophonique mais la complète.

D'une part, les modes d'écoute de la radio se sont diversifiés : nouveaux supports (comme les smartphones), nouvelles temporalités (comme l'écoute à la demande « non linéaire »), nouveaux chemins d'accès (notamment par les plateformes du web : moteurs de recherche, réseaux sociaux, magasins d'applications).

D'autre part, la connectivité généralisée (près de 9 français sur 10 accèdent à Internet) et permanente (3 internautes sur 4 utilisent un smartphone) induit une nouvelle forme de multiplicité des usages.

Ce constat sur les nouveaux usages fonde la stratégie multimédia de Radio France, dans le cadre de son cahier des missions et des charges :

- d'une part, rendre les chaînes de Radio France les plus accessibles possibles à leurs auditeurs (tous les terminaux, toutes les temporalités, tous les types de parcours utilisateurs au travers des plateformes du web) ;

- d'autre part, enrichir l'offre multimédia d'une profondeur de contenus thématiques adaptés aux nouveaux usages, notamment en matière d'information (principalement sur France Inter, France Info, France Bleu, France Culture), d'écoute de musique (principalement sur France Musique, FIP, Mouv'), d'accès aux savoirs (principalement sur France Culture et France Musique) et plus généralement de programmes.

Le présent accord a pour objet de définir un cadre pour permettre à l'ensemble des salariés concernés par la production et/ou l'édition de contenus liés à l'offre multimédia de disposer de moyens et de garanties suffisants notamment en matière de charge de travail des salariés afin de rendre possible l'aboutissement de la transition multimédia de Radio France dans les meilleures conditions.

A ce jour, certains salariés de Radio France sont exclusivement dédiés à l'activité multimédia des chaînes et directions ; d'autres contribuent, entre autre activités, à la production ou à l'édition de contenus liés à l'offre multimédia à des degrés et des moments divers des processus de production.

Ces derniers aussi bien que leurs encadrants (hiérarchiques et fonctionnels) doivent partager la connaissance de principes et de modalités d'organisation du travail applicables en la matière :

- principes éditoriaux de l'offre multimédia,
- aménagement de la charge de travail,
- formations,
- outils.

Article 1 Les grandes fonctionnalités de l'offre multimédia de Radio France

Il est préalablement précisé que l'existence d'une offre multimédia à Radio France ne doit pas porter préjudice à la qualité de ses antennes radiophoniques, ni être une cause de réduction de l'offre radiophonique.

Si le multimédia ouvre un champ des possibles quasi infini de nouveaux contenus et nouvelles offres, tout n'est pas d'égale importance pour Radio France.

Certaines fonctionnalités permettent aux contenus produits par Radio France – ses programmes de radio et les concerts de ses formations musicales – de toucher aussi bien de nouveaux auditeurs qu'un peu plus souvent ses auditeurs actuels.

Le présent article décrit, par ordre de priorité dans la stratégie multimédia de Radio France, les fonctionnalités les plus significatives, et les métiers concernés y compris les métiers dédiés à l'activité multimédia.

Le présent article englobe la mise en ligne de contenus tant sur des plateformes entièrement maîtrisées par Radio France (sites et applications édités par Radio France) que sur des plateformes tierces (en premier lieu les agrégateurs de podcasts et vidéos et les réseaux sociaux).

Parmi ces plateformes, les réseaux sociaux, comprennent plusieurs dimensions :

- ce sont des réseaux de distribution multimédia : ils permettent la publication de contenus produits par Radio France et l'animation de la conversation qui s'ensuit ;
- ce sont des plateformes d'interactions éditoriales : elles permettent de construire l'interaction en temps réel entre une radio et ses auditeurs, mais aussi d'appeler à contribution ou à discussion dans le contexte d'un programme de radio ;
- ce sont des vecteurs de la relation avec les auditeurs : ils sont une modalité nouvelle, complémentaire au téléphone et au courrier.

A ce titre, les chargé-es d'accueil, en charge des relations avec les auditeurs, les internautes, les abonnés aux réseaux sociaux peuvent se servir des réseaux sociaux comme d'une modalité complémentaire de la relation avec les auditeurs, sans pour autant être en charge de l'animation des réseaux sociaux.

Un guide pratique d'utilisation des réseaux sociaux est à disposition sur l'intranet et communiqué aux salariés relevant du présent accord.

L'animation des réseaux sociaux ne doit pas représenter la charge de travail principale de salariés visés au présent accord, sauf métier dédié à cette activité.

Pour l'ensemble des articles ci-dessous, Radio France met en œuvre les moyens appropriés pour assurer le filtrage légal et la modération des éventuels commentaires sur ses sites dans les délais inscrit au contrat.

Radio France s'engage à mettre en œuvre les moyens pour y retirer ou faire retirer les commentaires haineux ou diffamatoires, notamment envers son personnel.

Une réflexion est en cours sur la production vidéo à Radio France, afin de préciser ses besoins éditoriaux en la matière.

Article 1.1 La mise en ligne des émissions de radio

C'est la priorité absolue en termes d'usage : rendre la radio accessible, en direct ou à la demande, depuis les supports connectés (sites, applications, podcasts, réseaux sociaux).

La mise en ligne des émissions de radio implique les activités suivantes assurées par les métiers suivants :

- le découpage des sons : (hors cas automatiques) les technicien-nes, les chargé-es d'édition multimédia, les réalisateur-trices;

- l'enrichissement éditorial en données de présentation (qui permettent à un auditeur de savoir ce qu'il va écouter et d'être renseigné sur le fond : titre, résumé, bibliographie, références, détails du contenu, photos, image d'illustration, etc.) et d'indexation (qui permettent à un moteur de recherche de trouver les émissions) : les chargé-es d'édition multimédia, les producteur-trices et les PARL, PAF, animateur-trices, les réalisateur-trices, les attaché-es de production, les chargé-es de programmes de radio/webradio, les collaborateur-trices spécialisé-es d'émission, les documentalistes, les programmateur-trices musicaux-ales ;

- des tâches de publication (afin de mettre en ligne un son sur une bonne page web ou dans le podcast adéquat ou d'en superviser la mise en ligne) : les chargé-es d'édition multimédia, les technicien-nes (son/vidéo), les producteur-trices, les attaché-es de production, les chargé-es de programmes de radio/webradio, les documentalistes, les programmateur-trices musicaux-ales, les réalisateur-trices;

- le cas échéant et dans les conditions prévues à l'article 2.2.1 du présent accord, la production de contenus additionnels liés à l'offre multimédia, notamment la mise en ligne de photos ou vidéos (photos et vidéos d'illustrations / bonus) prises sur des lieux de programmes ou suite à une recherche iconographique pour illustrer une production éditoriale : les chargé-es d'édition multimédia, les producteur-trices, les PARL, PAF, animateur-trices, les documentalistes, les programmateur-trices musicaux-ales, les technicien-nes (son/vidéo), les réalisateur-trices, les assistant-es à la réalisation, les attaché-es de production, les chargé-es de programmes de radio /webradio, les collaborateur-trices spécialisé-es d'émission, les chargé-es de production, les responsables de communication. A France Bleu, les chargé-es d'accueil et régisseurs sont amenés à prendre des photos dont la publication est soumise à la validation du (de la) directeur-trice ou des salariés de la station auxquels il (elle) délègue cette responsabilité. Les assistant-es à la réalisation exercent ces activités sous la responsabilité d'un-e réalisateur-trice (fictions) ou d'un réalisateur-trice de documentaire/magazine, et en complément de leur activité principale.

En cas de défaillance des contrôles mentionnés à l'article 1 (filtrage, modération, retrait des commentaires haineux ou diffamatoires) ou en cas d'émission sur un sujet brûlant ou polémique, le (la) collaborateur-trice en charge de l'émission peut demander :

- la fermeture des commentaires sur son émission publiée sur le site Internet de Radio France,
ou
- la non publication de l'émission sur les réseaux sociaux notamment Facebook.

Les pages de partenariat doivent être identifiées comme telles. Dans les pages de partenariat, les références aux collaborations d'antenne des salariés doivent être explicites.

Pour l'alimentation des sites, les photos et les textes doivent être signés.

Radio France doit disposer de contrats auprès de fournisseurs de photos professionnelles pour la couverture de ses émissions (photos d'illustration).

Article 1.2 La mise en ligne des tranches d'informations

Les sites, applications et comptes réseaux sociaux de Radio France sont aussi des espaces permettant de traiter l'information, sous des formes potentiellement très variées, en particulier : son, article, photo, info brève (brève jusqu'au simple tweet), infographie, vidéo.

L'information traitée en ligne par les rédactions de Radio France doit refléter leurs identités et leurs équilibres éditoriaux.

Si la priorité est donnée au traitement des mêmes sujets à l'antenne et sur le web (sans exhaustivité), cela n'exclut absolument pas le traitement de sujets spécifiques au web.

Le choix des sujets doit être confié à une rédaction en chef, si ce n'est unique, du moins cohérente entre l'antenne radio et le web, et pour les radios locales à chaque rédacteur-trice en chef.

L'information diffusée sur les supports multimédias répond à la même exigence de rigueur qu'à l'antenne. Elle est vérifiée, recoupée, contextualisée selon les mêmes règles éditoriales.

Le métier concerné par cette fonctionnalité est celui de journaliste.

Un journaliste en desk peut utiliser comme base d'un article les informations transmises par un reporter. Ceci peut se faire à l'échelle d'une chaîne ou station, à l'échelon régional ou dans une autre chaîne.

Un journaliste signe tout contenu qu'il publie. Quand un article est le fruit du travail de deux personnes, il comporte normalement deux signatures. Lorsque les informations d'un journaliste sont utilisées comme base d'un contenu, il doit être prévenu. Il peut alors, en cas de désaccord, faire retirer sa signature.

Radio France s'engage à mettre en place un dispositif permettant de ne pas apposer de publicité sur une page article. A titre d'exemple, un tel dispositif peut s'appuyer sur des mots clés (exemple : « alerte enlèvement »).

En cas de défaillance des contrôles mentionnés à l'article 1 (filtrage, modération, retrait des commentaires haineux ou diffamatoires) ou en cas d'article sur un sujet brûlant ou polémique, un journaliste peut demander, via son rédacteur en chef :

- la fermeture des commentaires sur son article publié sur le site Internet de Radio France,
ou
- la non publication de l'article sur les réseaux sociaux notamment Facebook.

Les contenus web visant à assurer une promotion de partenaires commerciaux et de partenaires d'image de Radio France ne ressortent pas du travail des journalistes, conformément à la Charte d'éthique professionnelle des journalistes qui dispose que : « un journaliste digne de ce nom refuse et combat, comme contraire à son éthique professionnelle, toute confusion entre journalisme et communication ».

Les pages de partenariat doivent être identifiées comme telles. Dans les pages de partenariat, les références aux collaborations d'antenne des salariés doivent être explicites.

Le cas échéant, les collaborateur-trices peuvent être amenés à prendre des photos (si les conditions sont réunies), effectuer une recherche iconographique ou réaliser de courtes séquences vidéo qui présentent un intérêt journalistique fort en complément d'un reportage : principalement, les chargé-es d'édition multimédia, les journalistes et technicien-nes en reportage.

Les photos d'actualité présentes sur les sites Radio France doivent obligatoirement comporter le nom de leur auteur, quelles que soient leur provenance et leurs licences.

Le montage d'éléments vidéo d'actualité pour diffusion multimédia doit être réalisé :

- soit par un-e journaliste,

- soit par un-e technicien-ne en reportage et validé par un-e journaliste puisqu'il apporte un contenu éditorial.

La même règle de validation prévaut pour des images envoyées brutes (non montées) par un-e technicien-ne en reportage à une rédaction.

Radio France s'engage à faire respecter par ses collaborateur-trices les règles du droit à l'image.

Radio France doit disposer de contrats auprès de fournisseurs de photos professionnelles pour la couverture de l'actualité à destination de ses offres d'informations générales.

La mise en ligne des tranches d'informations implique également les assistant-es d'édition pour les activités suivantes :

- le découpage des sons (hors cas automatiques) ;
- des tâches de publication (afin de mettre en ligne un son sur une bonne page web ou dans le podcast adéquat) ;
- le cas échéant, la production de contenus additionnels liés à l'offre multimédia, notamment la mise en ligne de photos ou vidéos (photos et vidéos d'illustrations / bonus) ou suite à une recherche iconographique pour illustrer une production éditoriale.

La mise en ligne des tranches d'informations implique également les technicien-nes (son/vidéo), pour les activités suivantes :

- le découpage des sons (hors cas automatiques);
- des tâches de publication (afin de mettre en ligne un son sur une bonne page web ou dans le podcast adéquat).

Pour l'alimentation des sites, les photos et les textes doivent être signés.

Article 1.3 La mise en ligne de la radio filmée

Les plateformes du web s'appuient pour la plupart sur la vidéo, notamment Youtube et Facebook. Afin que les contenus soient présents pour les utilisateurs de ces plateformes, il est important de développer la production de vidéos.

Néanmoins, la vidéo recouvre des réalités très différentes quand il s'agit d'accompagner un son de radio, notamment ces deux grandes catégories :

- une mise en images (diaporama, dessins, animations) ;
- une captation simultanée (filmer un studio, filmer en extérieur) sous la responsabilité éditoriale d'un réalisateur-trice, d'un-e producteur-trice, d'un-e directeur-trice, d'un-e responsable des programmes ou d'un-e rédacteur-trice en chef.

Par ailleurs, l'emploi de la vidéo peut aussi bien s'appliquer à la diffusion en direct des chaînes de radio (ou d'un concert) qu'à leur diffusion à la demande (émission en intégralité ou extraits).

Parmi ces possibilités, la priorité de Radio France est de filmer certaines émissions de radio, pour une diffusion en direct et/ou à la demande.

Cela ne doit pas se faire au détriment de la qualité sonore du programme.

Ces captations, généralement en studio, impliquent les processus et les métiers suivants :

- la mise en place et l'exploitation de la chaîne technique de captation et de diffusion (mise en condition du studio, mise en place et activation des caméras et des éclairages, réalisation technique en tout ou partie automatique, régie technique, transmission du signal) : les technicien-nes (son/vidéo) ;
- le cas échéant :
 - l'extraction d'émission ou de parties d'émissions : les chargé-es d'édition multimédia, les technicien-nes (son/vidéo), les réalisateur-trices, les journalistes (dans le cas de production d'information), les documentalistes, les assistant-es d'édition ;
 - l'édition multimédia de la vidéo (titres, données de présentation et d'indexation, enrichissement par des données éditoriales supplémentaires) : les chargé-es d'édition multimédia, les technicien-nes (son/vidéo), les réalisateur-trices, et journalistes (dans le cas de production d'information), les assistant-es d'édition, les producteur-trices, les PARL, PAF, animateur-trices, les attaché-es de production, les chargé-es de programmes de radio/webradio, les collaborateur-trices spécialisé-es d'émission, les documentalistes, les programmeur-trices musicaux-ales ;
 - leur publication sur certaines plateformes vidéos : principalement, les chargé-es d'édition multimédia, les techniciens (son/vidéo), les réalisateur-trices, les attaché-es de production, les chargé-es de programmes de radio/webradio, les collaborateur-trices spécialisé-es d'émission, les producteur-trices, les PARL, PAF, animateur-trices, les journalistes (dans le cas de production d'information) et les assistant-es d'édition.

Lorsque les salariés sont filmés ou pris en photos par Radio France ou par un tiers de son choix dans le cadre de leur activité professionnelle que ce soit dans les emprises ou à

l'extérieur de Radio France, une autorisation relative à leur droit à l'image est conclue avec Radio France avant de passer à l'antenne.

Les salariés auxquels Radio France soumet à signature une autorisation de droit à l'image sont expressément informés qu'ils ne sont pas obligés d'accepter d'autoriser Radio France à utiliser leur image.

Le refus d'être filmé ne pourra pas nuire à la carrière du (de la) salarié-e.

Le modèle d'autorisation figure en **Annexe 1** au présent accord (il ne couvre pas la chaîne publique d'information).

Article 2 L'offre multimédia et l'organisation du travail

La direction du Numérique porte la responsabilité de la structure globale et la qualité de l'offre numérique de Radio France, en concertation avec les chaînes, comme précisé dans l'article 2.3.1.

Chaque chaîne porte la responsabilité de son projet éditorial numérique en concertation avec la direction du Numérique. Au sein de chaque chaîne, ce projet éditorial numérique est défini par le responsable numérique et doit être discuté avec les responsables éditoriaux de la chaîne afin d'aboutir à un plan de production.

L'expression du besoin qui en découle et sa mise en œuvre sont pilotés par le responsable numérique, en collaboration avec les autres responsables concernés (responsables des programmes/ responsables d'antenne, producteur-trices, directeur-trice de la rédaction/ rédacteur-trices en chef, responsables techniques).

Les collaborateurs-trices qui contribuent à la production de l'offre multimédia de Radio France bénéficient cependant d'une capacité d'initiative et de proposition dans ce domaine.

La contribution à l'offre multimédia est nécessairement incluse dans le temps de travail du (de la) collaborateur-trice concerné-e, et ne peut excéder la durée légale et les durées conventionnelles définies dans le cadre des accords d'entreprise applicables à Radio France. Cette contribution ne peut aboutir à une augmentation structurelle de la charge de travail des salariés.

Article 2.1 La responsabilité de l'encadrement

L'organisation du temps de travail est adaptée au regard des limites de durée du travail ci-dessus définies. Cette adaptation relève tant de la responsabilité de l'encadrant hiérarchique que de l'encadrant fonctionnel du (de la) collaborateur-trice concerné-e.

La direction de Radio France se doit donc de donner les consignes nécessaires à la bonne application de cet accord à l'ensemble des collaborateurs-trices dont elle a la responsabilité, et de donner les instructions à l'encadrement direct concernant les aménagements prévus à l'article 2.2, et ce, à chaque début de grille(s).

Article 2.2 Les modalités d'aménagement du temps de travail au regard de l'offre multimédia

Article 2.2.1 Le document de cadrage de l'offre multimédia

Les directions concernées organisent préalablement au démarrage de chaque grille une réunion permettant de préciser les attentes en matière de contenus liés à l'offre multimédia (son, texte, vidéo, photo, publication sur les réseaux sociaux, ...) et les consignent dans un document de cadrage de grille précisant la stratégie d'offre multimédia de la chaîne.

Ce document de cadrage organisationnel est décliné et précisé émission par émission ou tranche par tranche avec l'encadrement concerné (responsables multimédias, rédacteur-trices en chef ou chefs de services, responsables des programmes, producteur-trices, responsables techniques).

Il précise quelle opération est affectée à quel métier au niveau de la chaîne ainsi que le travail qui est à réaliser pour le multimédia émission par émission ou tranche par tranche, avec une possibilité d'adaptation dans chaque radio locale.

Une estimation du temps consacré aux contenus liés à l'offre multimédia est effectuée dans le respect des dispositions de l'article 1, émission par émission ou tranche par tranche.

Pour France Bleu, le document de cadrage de grille contient des préconisations de fourchette de temps de travail nécessaire à consacrer à chaque processus cité (édition d'un article, mise en ligne d'émission, réseaux sociaux,...).

Une estimation du temps consacré aux activités liées à l'offre multimédia est effectuée sur toutes les opérations événementielles ou extérieures qui peuvent être anticipées, en concertation avec les collaborateurs-trices concerné-es.

Pour les journalistes, les activités liées à l'offre multimédia (hors rendez-vous récurrent de grille) sont définies régulièrement (en conférence de rédaction ou avec le chef de service), en veillant à rester dans le temps de travail hebdomadaire légal ou conventionnel défini dans le cadre des accords d'entreprise applicables à Radio France.

Dans le cas où une charge de travail imprévue empêcherait un-e salarié-e de produire un contenu lié à l'offre multimédia dans la journée de travail normale, cette édition de contenu sera annulée ou reportée.

Le document de cadrage de chaque chaîne est présenté en CHSCT avant chaque grille. Ce document sera mis en œuvre dès la grille de septembre 2017.

La stratégie d'offre multimédia et, en conséquence, ses priorités, sont présentées en comité d'établissement avant chaque grille.

Article 2.2.2 Les aménagements ponctuels en cours de grille

En cas de nécessité, l'encadrement procède de manière concertée avec les collaborateurs-trices à une évaluation des besoins liés à l'offre multimédia, puis aux aménagements nécessaires :

- adaptation du contenu ou du volume de la journée et/ou de l'activité ;
- ajout de ressources supplémentaires (de type journaliste nouveaux medias, chargé-e d'édition, travail d'édition en desk post-événement, technicien-ne en reportage) pour couvrir un événement ou une phase d'actualité intense.

Article 2.3 La responsabilité des équipes dédiées au multimédia

Article 2.3.1 La responsabilité de l'offre et des contenus multimédia

La direction du Numérique porte la responsabilité de la structure et de la qualité de l'offre multimédias de Radio France en concertation avec les chaînes.

Cela comprend :

- sa stratégie de distribution, qui comprend le choix des supports : sites et applications Radio France, sites et applications tiers – en particulier les réseaux sociaux –, agrégateurs de flux radio et de podcasts ;
- la structure d'une offre au sein de chaque support : la structure d'un site/application (son arborescence, son ergonomie, sa charte graphique), la structure des comptes sur un réseau social ou un agrégateur ;
- la définition et la validation des outils de contribution éditoriale.

Un-e responsable multimédia de chaîne porte la responsabilité éditoriale des contenus mis en ligne sur les différents supports au titre de son rattachement hiérarchique à la direction de la chaîne.

A ce titre, il (elle) définit le projet éditorial multimédia de la chaîne, c'est-à-dire ses priorités multimédia, en concertation avec les responsables éditoriaux de la chaîne.

Il (elle) participe à la mise en place du document de cadrage.

Il (elle) œuvre à la mise en place et au suivi de la réalisation de ce projet éditorial multimédia.

Il (elle) porte la responsabilité du respect de la structure et de la qualité de l'offre au titre de son rattachement fonctionnel à la direction du Numérique.

Pour les contenus d'information tels que décrits dans l'article 1.2, la responsabilité éditoriale des contenus mis en ligne est déléguée à un-e rédacteur-trice en chef.

Pour les contenus d'une station locale de France Bleu, la responsabilité éditoriale des contenus mis en ligne est déléguée au (à la) directeur-trice de la station, et par subdélégation, au (à la) responsable des programmes d'une part et au (à la) rédacteur-trice en chef d'autre part.

Pour les contenus liés aux émissions des chaînes nationales, la responsabilité éditoriale des contenus mis en ligne est déléguée aux producteur-tices des émissions.

Article 2.3.2 Le rôle des métiers dédiés au multimédia

Les chargé-es d'édition numérique de chaque chaîne ont un rôle de conseil et d'accompagnement des collaborateur-trices de la chaîne dans la mise en œuvre du projet éditorial multimédia.

Ils ont aussi un rôle de production et d'édition multimédia en complément de la production des collaborateur-trices de la chaîne, sous la responsabilité du (de la) responsable multimédia de la chaîne. A ce titre, ils peuvent être notamment en charge de l'animation de la communauté et de l'édition vidéo.

Les journalistes rédacteur-trices multimédia exploitent et enrichissent les informations et les traitent à destination d'un support multimédia (réédition de l'antenne, production de contenus spécifiques). Lorsqu'il leur est demandé une version « radio » de leur reportage multimédia ou un papier spécifique, cette activité doit être prise en compte dans leur temps de travail.

Les coordinateur-trices multimédia de France Bleu accompagnent la mise en place de la stratégie multimédia au sein des stations locales de France Bleu, sous la responsabilité du (de la) directeur-trice adjoint-e en charge du numérique.

Ils accompagnent les équipes d'encadrement des stations dans la mise en place des formats multimédia d'information et de programmes.

Ils forment les équipes à la prise en main des outils (sites, applications, réseaux sociaux) et des formats multimédias. A ce titre, ils peuvent assurer une assistance de second niveau auprès des équipes.

Ils sélectionnent et enrichissent les formats nécessitant une intervention multimédia spécialisée (exemple : « direct numérique » d'édition spéciale).

Ils impulsent et coordonnent les projets multimédia sur les programmes et/ou l'information.

Article 3 La formation

Chacun des métiers ci-dessous listés contribue à la production et/ou à l'édition de contenus liés à l'offre multimédia à des degrés et des moments divers des processus de production décrits à l'article 1 :

- Animateur-trice
- Assistant-e d'édition
- Assistant-e à la réalisation
- Attaché-e de production
- Chargé-e d'accueil
- Chargé-e d'édition multimédia
- Chargé-e de production
- Chargé-e de programmes de radio/webradio
- Coordinateur-trice multimédia
- Documentaliste
- Journaliste
- Journaliste rédacteur-trice multimédia
- PAF
- PARL
- Producteur-trice radio
- Collaborateur-trice spécialisé-e d'émission
- Programmateur-trice musical-e
- Réalisateur-trice
- Régisseur d'établissement
- Responsable de communication
- Responsable multimédia
- Technicien-ne du son
- Technicien-ne vidéo

Les actions de formation ad hoc sont une composante essentielle de la réussite du développement de l'offre multimédia de Radio France.

Elles seront mises en œuvre à compter de septembre 2017 au plus tard.

Aussi l'effort que l'entreprise y consacre doit-il permettre aux collaborateurs-trices de disposer des compétences nécessaires quel que soit leur contrat de travail.

A cet effet, une attention toute particulière est portée à la formation au multimédia dans le cadre de chaque plan de formation annuel sur la durée du présent accord.

Les formations sont réalisées au plus près du lieu de travail des collaborateurs-trices concernés par un-e formateur-trice ayant suivi une formation de formateur.

Des actions de formation sous la forme de périodes de professionnalisation seront également mises en place le cas échéant après analyse du besoin.

Il ne pourrait être exigé d'un-e collaborateur-trice la production/édition de contenus liés à l'offre multimédia tels que définis à l'article 1 tant que la formation correspondante proposée n'a pas été suivie.

De même, les collaborateurs-trices, en place à la date de mise en œuvre du présent accord, qui rencontreraient des difficultés à prendre en charge des contenus liés à l'offre multimédia,

malgré un parcours de formation renforcé, ne pourraient être sanctionnés de ce fait par Radio France.

Article 3.1 La formation de l'encadrement

L'encadrement est formé afin de pouvoir décliner la stratégie éditoriale multimédia et, le cas échéant, contribuer à l'alimentation des sites et des réseaux sociaux.

Ce dispositif concerne les directeur-trices, rédacteur-trices en chef, responsables des programmes et responsables techniques des stations de France Bleu ainsi que les directeur-trices et adjoint-es, les rédacteur-trices en chef et les chefs de service des rédactions des stations nationales et de l'échelon central de France Bleu.

Sous forme de formation ou de séminaire, cette sensibilisation couvre notamment :

- les principes éditoriaux de l'offre multimédia ;
- les outils de production multimédia : leurs possibilités et contraintes ;
- les conséquences sur l'organisation du travail.

Pour le personnel encadrant appelé à alimenter les supports numériques, cette formation stratégique s'ajoute aux formations métier détaillées ci-après.

Article 3.2 La formation des collaborateur-trices

Les compétences cibles sont définies par métier et permettent de définir un socle obligatoire de formation par métier.

Les principales actions de formation multimédia mises à disposition des collaborateur-trices de Radio France concernent :

- l'écriture web ;
- les réseaux sociaux ;
- les outils de mise en ligne ;
- la formation à la prise de vue ;
- l'utilisation d'outils multimédias spécifiques (diaporama, live) ;
- la titraille, l'indexation, le référencement ;
- les outils de retouche d'image ;
- les outils vidéo (prise de vue, montage) ;
- le droit à l'image.

Exemple :

- Socle obligatoire pour les journalistes : la titraille, l'indexation, le référencement, le droit à l'image, les réseaux sociaux.

Les priorités de formation sont revues annuellement sur la durée du présent accord.

Lors des inscriptions aux stages, l'encadrement veillera à ne pas désorganiser les conditions de réalisation de l'activité, en portant attention aux moyens.

Il ne pourrait être opposé l'impossibilité de remplacer un-e salarié-e pour lui refuser de suivre une formation multimédia requise pour l'exercice de son activité.

Les actions de formation figurent à l'**Annexe 4** du présent accord (annexe remise à jour annuellement).

Article 3.3 Les moyens du plan de formation multimédia

Une augmentation de 50 400 Euros sera portée au budget du plan de formation multimédia sur la durée du présent accord (20% de la valeur des 252 000 Euros du budget 2016).

Article 4 Les moyens techniques

Radio France s'engage à mettre à disposition des collaborateurs-trices les moyens (outils, matériels, logiciels, suite logiciel) en adéquation fonctionnelle et ergonomique avec les activités (**Annexe 2** remise à jour annuellement à date anniversaire de l'accord).

Radio France s'engage également à recueillir régulièrement les retours d'expérience des utilisateurs-trices, par l'intermédiaire de l'encadrement des équipes utilisatrices afin d'adapter et faire évoluer les moyens proposés.

Il ne pourrait être exigé d'un-e collaborateur-trice la production/édition de l'un des contenus listés par le présent accord si Radio France n'avait pas mis à sa disposition les moyens adéquats.

Au-delà des moyens communs mis à disposition des chaînes et directions, Radio France s'engage à doter des équipements adaptés (smartphone, tablette...) accompagnés des moyens de transmission de données :

- les journalistes (hors présentation) ;
- les réalisateur-trices amenés à se déplacer ;
- les technicien-nes plus particulièrement affectés au reportage du Département de Production et Reportage ;
- les chargé-es d'édition multimédia ;
- les responsables multimédia ;
- l'encadrement supérieur de chaque direction nationale ;
- les personnels d'antenne de France Bleu amenés à se déplacer ;
- l'encadrement de chaque station locale du réseau France Bleu, responsable des programmes, responsable technique et rédacteur-trice en chef ;
- les coordinateur-trices multimédia.

De plus, chaque station locale est dotée d'un dispositif supplémentaire, permettant en particulier en cas d'opérations extérieures de fournir aux équipes la capacité de produire et contribuer en situation de mobilité pour les sites.

Un nouveau moyen (outil, matériel, logiciel, suite logiciel) s'il crée une nouvelle tâche, devra, avant son déploiement, être présenté et le temps de travail lié à son utilisation estimé, devant les collaborateurs-trices concerné-es.

Plus globalement, il est rappelé que la priorité de Radio France en matière d'équipements techniques, est de fournir aux équipes amenées à produire et contribuer en situation de mobilité, les moyens techniques suffisants permettant à la fois de répondre aux exigences de qualité mais également de rapidité de transmission des données et de sécurisation dans la limite des possibilités offertes par les réseaux (abonnement forfait voix data, WAN, LAN, WIFI).

La direction a finalisé l'analyse des services WAN/LAN avec le réseau France Bleu en avril 2017. Elle réalisera régulièrement ce type d'opération pour faire évoluer et adapter régulièrement le catalogue des solutions et services.

Radio France s'engage à déployer un logiciel permettant de traiter les photos (recadrage, floutage, niveau des photos dans le respect du droit moral) sur les postes de travail des salariés concernés.

La procédure préalable nécessaire sera effectuée pour un déploiement effectif en septembre 2017. Les formations seront adaptées pour prendre en compte cet outil.

Article 5 Durée et suivi de l'accord

Article 5.1 **Durée, révision, dépôt**

Le présent accord est signé pour une durée déterminée de 4 années à compter du 1^{er} janvier de l'année civile de sa signature.

Des négociations en vue de la mise à signature d'un nouvel accord s'ouvriront à l'initiative de la direction dans les 9 mois précédant l'échéance du présent accord.

Le présent accord peut être révisé, conformément aux dispositions des articles L. 2261-7 à L. 2261-8 du Code du Travail. Toute demande de révision doit être motivée et adressée à la partie employeur et aux organisations syndicales représentatives par lettre recommandée avec avis de réception. La demande de révision est accompagnée d'un projet de rédaction nouvelle du ou des articles soumis à la révision. Les négociations commenceront au plus tard 1 mois après la date de réception de la demande de révision. A défaut de conclusion d'un avenant modificatif dans les 4 mois du début des négociations, et à la suite de 3 réunions de négociations au minimum, la demande de révision est réputée caduque. L'éventuel avenant de révision se substituera de plein droit aux dispositions du présent accord qu'il modifiera.

Conformément aux articles L. 2231-6 et D. 2231-2 à D. 2231-8 du Code du travail et à l'issue du délai d'opposition, le présent accord sera déposé à la diligence de l'entreprise :

- en 2 exemplaires, dont une version sur support papier signée des parties et une version sur support électronique, à la DIRECCTE de son lieu de conclusion ;
- un exemplaire au secrétariat-greffe du Conseil des Prud'hommes de sa conclusion.

Un exemplaire du présent accord sera remis à chaque partie signataire.

Article 5.2 **Commission de suivi de l'accord**

Une commission de suivi est constituée afin de pouvoir examiner les conditions d'application de cet accord, notamment afin de permettre la prise en compte :

- du contexte général de l'évolution numérique et des pratiques des acteurs du domaine ;
- des éventuelles difficultés d'application du présent accord, notamment en matière de charge de travail ou de moyens techniques.

Cette commission est chargée de suivre la bonne application de l'accord et de proposer, le cas échéant, un ou des avenants au présent accord. Elle effectuera également un bilan des exploitations commerciales effectuées par Radio France ou par les tiers à qui elle pourrait confier ces exploitations.

Elle se réunit chaque année au mois de mars.

Elle peut être réunie à la demande de la direction ou de l'une des organisations signataires.

Composée de 2 membres de la direction et de 2 représentants par organisation syndicale signataire du présent accord, la réunion devra se tenir dans un délai de 3 semaines maximum (hors vacances scolaires) de la demande.

Chaque réunion sera précédée d'une journée préparatoire pour les représentants des organisations syndicales. Le temps consacré aux réunions et à leur préparation est considéré

comme du temps de travail effectif et les temps de transport sont gérés conformément aux pratiques en vigueur à Radio France.

Un point d'étape sur la mise en œuvre des différents chapitres du présent accord sera effectué en octobre 2017.

Fait à Paris, le

Pour la direction de Radio France

Pour les organisations syndicales

ANNEXE 1

AUTORISATION DE DROIT A L'IMAGE (hors chaîne publique d'information)

Je soussigné(e)....., né(e) le à,
demeurant
à.....
.....

- Autorise Radio France à utiliser et diffuser les séquences filmées et/ou les photographies sur lesquelles je figure, réalisées par les équipes de Radio France ou tout prestataire de son choix, au sein des emprises de Radio France ou à l'extérieur, dans le cadre de l'exercice de mes fonctions professionnelles (ci-après les « Séquences »).
- Il est précisé que ces Séquences ont vocation à être diffusées depuis les sites internet de Radio France comprenant leurs déclinaisons et applications mobiles et aux mêmes conditions, depuis les sites Internet de tiers comprenant les pages officielles de Radio France sur les réseaux sociaux (ex. : Facebook, Twitter, Instagram, etc.) et les sites Internet de partenaires autorisés par Radio France (ex. : presse écrite, presse numérique, télévision, plateformes d'hébergement vidéo, etc.).
La présente autorisation vaut également pour tous les supports physiques et numériques y compris notamment de communication et de promotion utilisés par Radio France et/ou ses partenaires autorisés par elle, dans le cadre de leurs activités. Radio France demeurant libre d'utiliser ou non les Séquences, selon les modalités qu'elle souhaite.
- La présente autorisation est consentie, à titre gracieux, à Radio France pour le monde entier, et pour une durée d'1 (un) an à compter de la date de signature de la présente autorisation. Elle se renouvellera ensuite automatiquement par tacite reconduction pour des périodes successives d'1 (un) an, jusqu'à ce que je demande, le cas échéant, expressément par écrit, avant le terme d'une de ces périodes, le retrait des Séquences ou d'une partie d'entre elles ou que je fasse savoir expressément par écrit mon souhait de ne plus autoriser pour l'avenir Radio France à utiliser mon image.
- Le retrait des Séquences me concernant sera effectif dans les 15 (quinze) jours suivant ma demande écrite.
- Je suis informé(e) que, en fonction de ce que souhaite Radio France, le retrait pourrait prendre la forme d'une suppression de mon image lorsque d'autres personnes apparaissent sur les Séquences et que je n'en suis pas le sujet principal.
- Je suis informé(e) et déclare accepter que Radio France, dans le cadre de l'autorisation que je consens, pourra alors conserver les Séquences dans ses archives, même si elles n'ont pas été mises en ligne ou utilisées par Radio France.

Fait àen deux exemplaires, le

M./Mme(nom et prénom du signataire – suivi de la mention
« lu et approuvé »)

Signature

ANNEXE 2

La présente annexe a pour objet d'établir la liste, arrêtée à date de signature du présent accord, des équipements et applicatifs déployés et supportés par Radio France et fournis aux utilisateurs selon les métiers, les fonctions et le type de participation aux productions nouveaux médias.

1) Transports

1.1 Réseaux privés Radio France

- LAN, WAN, Wifi
- Accès Web à des applications (Edito, O365, ...), via Portail d'entreprise

1.2 En mobilité

- Abonnements 3G/4G, xDSL, Fibre ...

1.3 Equipements de transmission

- Transmission de flux audio (direct ou différé)
 - RNIS : Mayah Sporty, Tie Line commander G3, Nagra VII
 - IP : Mayah Sporty, Tie Line commander G3, Nagra VII
 - Codecs logiciel sur smartphones : Luci Live, Tie Line Report IT, Nagra VII
- Transmission de flux vidéo
 - Skype
 - Aviwest
- Transmission de fichier (son, vidéo, photo, image, animation)
 - RFContrib sur smartphones
 - Serveur FTP (VeePee, Kabol, ...)
 - Outils collaboratifs : Office 365 OneDrive, Dropbox pro...

2) Terminaux

- Stations fixes, Portables, Ultraportable, Tablettes
- Smartphones
 - Samsung S5 dans le cadre du contrat RF actuel
- Equipements audio associés

3) Logiciels, Suite logicielle de Production

3.1 Production de textes & articles multimédia

- Consultation de dépêches et Production de textes éditoriaux
Création de conducteurs radio et TV
Edito
- Création de graphiques pour la TV
Suite Viz

3.2 Productions audiovisuelles

- Production audionumérique
Netia , Sadie, Protools, Pyramix
- Production Vidéo
Premiere (Suite Adobe), Dalet, Orphéa
- Production de photos, d'images fixes et d'animations
 - Edition avancée (« expert »)
 - Suite Adobe : Photoshop, Illustrator, Flash, Animate
 - Soundslide +
- Caractérisation documentaire
Itéma

ANNEXE 3 – Traitement des cessions de droits

Un accord collectif sur les droits d'auteur des journalistes Radio France est mis à signature le même jour que le présent accord.

Un accord sur la cession des droits d'exploitation des contenus liés à l'offre multimédia (photos/vidéos) des salariés PTA de Radio France hors PARL, PAF et producteurs est mis à signature le même jour que le présent accord.

Les droits d'exploitation des contenus liés à l'offre multimédia (tels que œuvre sonore et/ou audiovisuelle inédite pour le web, enrichissements multimédias dont photos/vidéos, ou œuvre multimédia, interactive ou non) des salariés PARL, PAF et producteurs délégués de Radio France sont acquis par Radio France dans le cadre et selon les conditions figurant aux accords généraux conclus le 25 février 2013 et leur avenant entre Radio France et les sociétés d'auteurs.

ANNEXE 4 – Actions de formations

- Modules de base
 - Technique de base de la prise de vues
 - Droits d'auteurs droits voisins
 - Contribution au numérique niveau 1 profil information
 - Contribution au numérique niveau 1 profil programme
 - Culture numérique et réseaux sociaux

- Modules perfectionnement
 - Technique de base de la vidéo
 - Editing image
 - Veiller sur le web et réseaux sociaux
 - Animer les réseaux sociaux d'une émission
 - Editing et outils d'enrichissement du web
 - Traitement de l'information en live mobile

- Modules expertise
 - Animer et coordonner les comptes réseaux sociaux d'un média
 - Savoir lire et tirer profit des statistiques d'audience
 - Organiser le travail numérique d'une rédaction
 - Organiser le travail numérique d'une équipe programmes
 - Proposer une émission au format vidéo