CSE siège•tv

FO france•tv

6 juin – la marque unique débarque sur France Télévisions

Liminaire FO • 29 avril 2025

C'est la grande annonce surprise de la saison : les logos des chaînes de France Télévisions vont bientôt appartenir au passé.

Adieu France•2, France•3, France•4 et France•5, désormais une seule bannière flottera dans un coin de l'écran : ***France•tv***

Cette unification sous cette même banderole frappée du sceau de la modernité vise, paraît-il, à installer pleinement l'ensemble des chaînes du groupe dans l'ère du numérique et les adapter aux nouveaux comportements des téléspectateurs.

Fidèle à sa tradition, Force Ouvrière n'a jamais été opposé aux évolutions et aux changements notamment ceux induits par les avancées technologiques.

Et la révolution du numérique est, à cet égard, un gigantesque bouleversement dont il serait vain de ne pas tenir compte.

Qu'il nous soit cependant permis de souligner qu'une fois de plus, ce changement d'enseigne des chaînes du groupe semble avoir été réalisé sans la moindre concertation avec les personnels de France Télévisions qui ont appris la nouvelle par la presse.

Cette disparition du nom historique des chaînes de service public, qui étaient depuis des décennies un signe emblématique de reconnaissance pour les téléspectateurs, suscite quand même deux ou trois questions… et quelques inquiétudes.

Ce grand bouleversement ne risque-t-il pas de susciter une confusion chez nos plus fidèles téléspectateurs ?...

Ceux-là même qui - redisons le- sont attachés à leurs chaînes, à leurs noms et à leurs logos porteursde toute une part d'histoire de la télévision française, ces téléspectateurs ne risquent-ils pas de s'y perdre un peu… avant que France Télévisions ne les perde à son tour, au profit de la concurrence ?

Au-delà de ces inquiétudes concernant notre public, les personnels de France Télévisions se sentent également quelque peu déstabilisés par cette nouvelle réforme.

Derrière le nom et le logos des chaînes, il y a tout un travail collectif de plusieurs générations de salariés qui ont su bâtir patiemment un ton, une couleur, une ligne éditoriale, une identité pour chaque chaîne.

En faisant table rase de ce passé, c'est un peu l'histoire et la mémoire de ces chaînes qu'ils voient tomber aux oubliettes.

Enfin, nous ne pouvons nous empêcher de nous poser des questions concernant les instances qui ont présidé à ce changement radical.

Nous avons appris que cette réforme de la "bannière unique", était le fruit des travaux d'une "Direction de la marque", dont nous ignorions jusqu'à très récemment l'existence même au sein de l'organigramme de France Télévisions.

A l'heure où l'administration du pays tente de dépoussiérer la machine en la délestant de trop nombreuses agences d'Etat et autres comités *Théodule*, est-il permis juste de s'interroger et de vous demander des précisions sur le domaine de compétence de cette *Direction de la marque* et sur les projets futurs qu'elle nous prépare ?