



## Compte-rendu du Conseil d'Administration de Météo-France du 11 mars

### Sommaire

|  |   |
|--|---|
| Les comptes sociaux et consolidés 2021 sont approuvés.....           | 1 |
| Bilan du Contrat d'objectifs et de performance 2017-2021 .....       | 1 |
| Transformation de MERCATOR OCEAN en organisation internationale..... | 3 |
| Du commerce à Météo-France .....                                     | 3 |

Le classique point sur les principales actualités a été effectué : document [accessible ici](#).

### Les comptes sociaux et consolidés 2021 sont approuvés

Les Commissaires aux comptes donnent un avis positif et « sans réserves » sur ces comptes.

Le point majeur est que la masse salariale a été intégralement dépensée. En effet, si les réductions d'effectifs attendues ont eu lieu, en revanche, le nombre d'Equivalent Temps Plein présents à Météo-France sur l'année a été supérieur aux objectifs fixés par le ministère du Budget alias Bercy (de + 18,5 ETP). Du coup, plus de gens à payer, plus de dépenses. Bercy s'est dit satisfait des explications apportées, et on peut s'en féliciter.

Tout l'argent disponible pour payer les agents a été dépensé, c'est un bon point !

Météo-France doit faire des « provisions » pour être en capacité de payer les jours déposés sur les CET (5 000 en 2021). Ces CET viennent d'ailleurs impacter les services. Les agents sur le départ ne sont plus présents dans l'Etablissement mais il faut les payer et avoir un autre agent prenant le relais : cela fait deux personnes sur un même poste en quelque sorte.

Les IDV (Indemnités de Départ Volontaires) ont poursuivi leur croissance (35,7 contre 18,6 l'année précédente) : 3 millions d'euros. L'agent comptable rappelle que cela allège certes les montants à payer mais que Météo-France doit prendre en charge les allocations chômage (cotisation auprès de Pôle Emploi). En 2022, nous sommes sur plus de 60 IDV.

**La CFDT-Météo vote « Pour » l'approbation de ces comptes.**

### Bilan du Contrat d'objectifs et de performance 2017-2021

Le directeur de la stratégie en fait la présentation, pour chacun des 4 axes stratégiques :

1. *Mettre la logique de service au cœur du fonctionnement de Météo-France*
2. *Faire progresser la connaissance et l'anticipation des risques météorologiques, climatiques*
3. *Maintenir au meilleur niveau à l'échelle internationale la recherche et les infrastructures essentielles de Météo-France*
4. *Mobiliser les leviers d'efficience permis par les évolutions scientifiques et technologiques*

### *Sur 1. Mettre la logique de service au cœur du fonctionnement de Météo-France*

Sont cités l'« outil moderne de fourniture et de visualisation des données d'observation et de prévision météorologique » pour les forces armées ou encore le lidar Doppler à Nice, ainsi que les innovations commerciales au cours de ce COP. Dans le secteur du digital, Météo-France a développé une offre de sites météo clés en main pour quelques grands médias et opérateurs téléphoniques, et a amélioré l'offre d'extranets de l'établissement. L'utilisation des techniques d'Intelligence Artificielle se développe.

La nouvelle organisation de la production est mise en avant : selon la direction, les activités des prévisionnistes sont recentrés sur les situations aux enjeux météorologiques les plus forts et sur l'accompagnement des clients, « sans couture » à la fois sur la météorologie et sur le climat. « *L'amélioration de ces outils se poursuivra dans le prochain COP.* ».

L'enrichissement du portefeuille de services climatiques (ville, montagne, gestion de l'eau) est souligné. Il est rappelé qu'est né un nouveau site internet (un milliard de pages vues par an).

### *Sur 2 : Faire progresser la connaissance et l'anticipation des risques météorologiques, climatiques*

Le site de la Vigilance a été modernisé, les avertissements APIC (Avertissements Pluies Intenses à l'échelle des Communes) permettent d'informer les mairies et les préfetures en « mode push » lorsque des précipitations exceptionnelles sont observées par le réseau radar de Météo-France et elles couvrent désormais l'ensemble du territoire métropolitain.

Avec la DGPR, Météo-France travaille à la veille hydro-météorologique à Mayotte et en Guadeloupe, à la Réunion, en Martinique et en Guyane ainsi qu'au pilotage opérationnel du Service de Prévision des Crues (SPC) Méditerranée Est. La surveillance des algues sargasses aux Antilles est citée. L'assistance aux feux de forêts s'est étendue à l'ensemble du territoire.

Chaque année de nombreux rapports « Catastrophes naturelles » sont établis (1000 rapports d'expertise « pluie inondation » couvrant plus de 1600 communes en 2020).

Bien sûr, les simulations climatiques et les modèles ARPEGE déterministe (résolution sur l'Europe de l'ordre de 5 km) et AROME déterministe (résolution de 1.3 km sur la France métropolitaine) sont mis en avant.

### *Sur 3 : Maintenir au meilleur niveau à l'échelle internationale la recherche et les infrastructures*

L'essentiel est le renouvellement des moyens de calcul intensif, avec un facteur de gain de 5,5. En parallèle on note une augmentation conséquente des capacités de stockage de 190 Po en 2019 à 835 Po visés pour 2025. Météo-France a également poursuivi la rationalisation de son réseau d'observation (des stations automatiques pour le Réseau Clim d'État par exemple) et le renouvellement du parc de radars (Bourges en 2018, Opoul en 2019, Le Moule en 2020).

Sur le plan international, Météo-France a fortement œuvré à la constitution du Consortium ACCORD de coopération scientifique en prévision méso-échelle, a également continué son implication dans le programme européen Copernicus de surveillance et de suivi de la Terre dont l'objectif est de délivrer gratuitement et de façon opérationnelle des données satellites et des services liés à l'environnement aux échelles globales et européennes.

### *Mobiliser les leviers d'efficience permis par les évolutions scientifiques et technologiques*

C'est le cadre d'Action Publique 2022 qui a donné le La, avec un projet de transformation de l'établissement : la création de CSP (Centres de Services Partagés) pour les fonctions administratives et de support informatique (assistance applicative) et la préparation de la nouvelle organisation de production en sont pour nous les points essentiels.

Une démarche de Gestion Prévisionnelle des Emplois, des Effectifs et des Compétences a permis de définir des emplois-type et des compétences attendues.

La CFDT-Météo commente le passage en page 56 « *De nombreuses concertations ont été menées avec les agents et les représentants du personnel dans le cadre de Groupes de Travail spécifiques ou dans les instances comme les CTSS, CTEP, CHSCTSS et CHSCTEP. Des évolutions ont ainsi été apportées par rapport aux projets initiaux, pour tenir compte des différents retours.* »

Nous rappelons l'historique, la « commande » AP2022 du 17 novembre 2017 par le ministre, la réponse de Météo-France début 2018 et le ministre qui en souligne les gains d'efficacité appréciables (- 95 ETP par an sur 3000 pendant 5 ans) et avertit qu'il demande une instruction complémentaire sur l'organisation en montagne avec une mission du ministère.

Nous confirmons que le passage en CSP est derrière nous, non sans quelques dégâts et nous rappelons que les « gains d'efficacité » ont et vont principalement porter sur la production (la prévision, la climatologie) et que là, on est au milieu du guet, car tout cela repose sur la livraison d'outils qui n'arriveront que dans un an en 2023 (décalage de calendrier des projets 3P).

Nous indiquons que des concertations ont effectivement eu lieu mais que la direction n'a semblé en tenir compte (sur la montagne, contre la « tout-automatisation ») qu'à partir de fin 2019.

Pour conclure, la CFDT-Météo souligne que le dialogue social va devoir vivre vu les transformations à venir, et que [le projet social adossé au nouveau COP](#) est une bonne chose.

## Transformation de MERCATOR OCEAN en organisation internationale

Faisant suite à une « *Déclaration de Brest* » adoptée par six États dont la France lors du « One Ocean Summit » le 10 février 2022 (cf. [site de Mercator](#)), le Conseil d'Administration donne son accord à la Présidente-Directrice Générale à participer aux discussions pour s'engager à la transformation de Mercator Océan International en une institution intergouvernementale, basée à Toulouse.

## Du commerce à Météo-France

La directrice commerciale présente très clairement les intentions de l'Établissement en matière de commerce sur la période 2022 – 2026.

Citons l'essentiel : « *Notre ambition est de proposer des services innovants et adaptés pour répondre le plus largement possible aux enjeux des entreprises et organisations météo / climato sensibles de manière à accroître l'utilité de Météo-France pour la société tout en apportant des ressources financières à l'établissement. En résumé, on veut concentrer nos ressources là où on maximise les bénéfices pour la société et l'Établissement.* »

La CFDT-Météo est en phase avec ces principes et donc globalement d'accord avec ce qui est présenté. Priorité va être donnée au développement du commerce dans les domaines considérés comme ayant le plus d'utilité sociale.

Pour éviter l'espionnage industrielle, on ne vous les donne pas (nous contacter pour les avoir...). La direction souhaite naturellement y consacrer de nouvelles ressources humaines. Tout cela se fait à « ressources dédiées au commerce constantes ». Du coup, ce que l'on met sur l'un des domaines, on le reprend dans un autre.

### Le problème de l'assistance au domaine sportif.

L'Etablissement semble considérer que le sport n'a que peu d'utilité sociale (un slide indique une cotation de 1 à 3 de l'utilité sociale de chaque domaine). Les ¾ des ETP transférés vers les domaines bénéficiaires viennent du domaine du sport.

Météo-France Sports, entité créée début 2021 à la D2C va donc quasiment disparaître. La CFDT-Météo est clairement opposée à cette décision.

D'une part Météo-France Sports est une vitrine pour la prévision opérationnelle et expertisée de l'Etablissement, et d'autre part, Météo-France Sports travaille avec de nombreux services et est ainsi devenu un laboratoire d'innovation auquel participe de nombreux collègues venant de plusieurs services.

Etre retenus pour être prestataire météo d'une organisation internationale (ex. la Fédération Internationale Automobile pour la F1) c'est une reconnaissance de la valeur de nos équipes de prévisionnistes mais également une reconnaissance de l'excellence des technologies employées. L'équipe travaille en collaboration avec la DSO, avec la DSI (pour le développement de solutions nomades pour les prévisionnistes), avec le marketing commercial (développement depuis des années des « API » des produits d'Accès aux données expertisées, définition de solutions PWA, des applications qui s'adaptent à tous les supports mobile - tablettes, iphone, ipad, smartphones -, travaille avec la direction de la recherche (DESR) pour la prévision immédiate et les équipes de la DSM pour valoriser AROME déployé à l'étranger.

Le point de vue de la CFDT-Météo est donc que Météo France Sport tire l'ensemble de MF vers le haut. La direction a par exemple utilisé « l'agilité » de Météo France Sport et ses solutions nomades au moment du confinement en mars. On était alors bien content de les avoir à ce moment-là au bénéfice d'un grand nombre de clients.

Que les espions concurrents du commerce à Météo-France ne se disent pas que la messe est dite : la CFDT-Météo se battra pour que les agents dans ce domaine puissent continuer à travailler et à assurer les meilleures prestations. Certains se réjouissent ou « ne vont pas pleurer » d'activités que l'on envisage de stopper (cf. la déclaration en Conseil d'Administration d'une autre organisation syndicale !), belle solidarité.

### Réponse de la p-dg :

Elle donne son accord pour une discussion en CTEP sur les coupes dans les ETP liés au monde sportif dans les prochaines années.

Par avance, elle explique qu'elle ne voit pas « *comment résoudre la quadrature du cercle* ». Dans un contexte d'effectifs contraints, les marges de manœuvres sont nulles ou quasi nulles, et il faut faire des choix. En outre, elle souligne qu'« *augmenter les activités dans certains domaines, ça ne marchera pas si on n'ajoute pas des ressources* ». Il faut des moyens sur les services climatiques par exemple. Elle prend donc les ressources au sein de l'activité commerciale et principalement dans le domaine Sport. « *On ne le fait pas de façon brutale. Et pour certaines activités, c'est un peu du tout ou rien* ». Le débat commence.

L'essentiel est qu'elle accepte de poursuivre les échanges en CTEP.