



## Qui veut la peau de Météo-France Sports ?

« 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. » **La CFDT-Météo est en phase avec ces principes de stratégie commerciale de l'Etablissement. Là où notre vision des choses diffère de celle de la direction, c'est que nous considérons que le sport apporte à la société**, et que l'exercice de notre expertise dans le domaine sportif apporte - énormément - à l'Etablissement et passe par la stabilité et la pérennité de Météo-France Sports.

L'utilité sociale, ce n'est pas seulement permettre de mieux se déplacer, manger et se chauffer. Le sport, ça compte. Certains vont peut-être en sourire, une des premières mesures de rétorsion a été d'exclure du monde du sport les représentants des envahisseurs en Ukraine. Pour la CFDT-Météo, l'utilité du sport, ses valeurs, les espaces et moments de vie sociale qu'il offre à la société, ce n'est pas rien. Météo-France doit en être.

**La mise en œuvre de la stratégie commerciale de l'Etablissement va entraîner la chute de Météo-France Sports**, entité de la D2C mise en place officiellement en 2021 avec 7 Equivalent Temps Plein (ETP). La participation de prévisionnistes et de techniciens de tous horizons sur certains contrats amène les effectifs de Météo-France intervenant dans le domaine sportif à environ 12 ETP. Les agents y trouvent un épanouissement professionnel et personnel grâce à la relation avec des clients du sport de haut niveau bénéfique pour l'Etablissement.

Les agents qui participent aux assistances mettent leur expertise dans des challenges de haut niveau à chaque compétition. **Ainsi, Météo-France Sports est une vitrine de la prévision opérationnelle et expertisée.** Etre reconnu par une organisation internationale (ex. la FIA, la Fédération Internationale Automobile pour la F1) est un signe tangible de la valeur de nos équipes de prévisionnistes, de l'excellence des technologies employées et de notre innovation.

Les collaborations sont nombreuses entre Météo-France Sports et d'autres services de Météo-France, la DSO pour le radar mobile, la DSI pour le développement de solutions nomades pour les prévisionnistes ; le « marketing » pour les API (produits d'accès aux données expertisées), les PWA (applications qui s'adaptent à tous les supports mobile), avec la DESR pour la prévision immédiate, avec la DSM sur l'exploitation d'AROME à l'étranger. « L'agilité » de Météo-France Sport a été utilisée au bénéfice de nombreux clients au moment du confinement.

**Si elle reconnaît aimablement tout cela, la direction impose dans sa stratégie commerciale l'objectif de rendre 8 ETP sur les 12 impliqués dans le monde sportif, d'ici 4 ans. La dynamique d'ensemble va être brisée.** A 4 ETP, que pourra-t-il bien rester de cette construction ? En se privant des activités et des outils essentiels dans le domaine du sport (actuellement le sport automobile et la technologie radar), que restera-t-il de Météo-France dans le service à la sphère sportive ? Pour la CFDT-Météo, la réponse est malheureusement claire : rien de suffisant pour maintenir l'existence de Météo-France Sports.

**Si un tel arbitrage devient définitif, Météo-France Sports sera éteint et disparaîtra.** Et avec, le niveau de performance de l'Etablissement atteint dans de nombreux domaines grâce au sport de haut niveau.