

« Demander des choses impossibles aux salariés ne mène nulle part »

Situation économique de l'UES à fin février 2021

Publicité

Février est traditionnellement un mois faible, même hors pandémie. « La publicité nationale se tient bien ainsi que les PA, qui tirent leur épingle du jeu avec les avis de décès. Mais nous restons malgré tout sur une tendance basse », explique Christophe Mahieu. L'annonce du jour vient de François Berthelot, invité spécial. A partir du 31 mars la publication des petites annonces n'aura plus lieu que les mardis, samedis et dimanches.

Diffusion ER et VM

La diffusion est en baisse, surtout pour la vente au numéro. Cela reste néanmoins nuancé et n'affecte pas trop le résultat au cumul.

A fin février, la diffusion affiche un bon score à - 0,78 %. Cela prouve une nouvelle fois que le dynamisme des salariés des ventes est payant et que le contenu satisfait les lecteurs qui nous restent fidèles.

Le 31 mars marque le retour des deux cahiers avec une pagination de 48 ou 52 pages. Cette décision a été prise afin de respecter les préconisations des groupes de travail « KBA » concernant le futur journal.

Web

La consultation des sites est toujours en hausse, de même que les abonnements. Une hausse de la publicité sur Vosges Matin est à souligner.

Le retour à l'équilibre budgétaire pour 2021 reste le credo de la direction générale. Aucune action engagée en 2021 ne devra entacher cette vision économique.

Pour les élus de l'EstMédia-CGT, cette vision comptable ne doit pas se faire au détriment des salariés.

Plan d'action QVT

Suite à la présentation le mois dernier du diagnostic sur les risques psychosociaux par le cabinet AlterAlliance, Christophe Mahieu a dévoilé son plan de bataille pour y remédier. Pour lutter contre la surcharge de travail, les contraintes de rythme et le risque d'épuisement professionnel, la réalisation des entretiens professionnels arrive en tête de peloton. Suivi d'un cheveu par le manager de proximité dont le rôle sera de réguler la charge de travail, de la répartir équitablement et d'avoir un rôle de RH de 1^{er} niveau. Ajouter à cela une gestion annualisée des congés, un parcours d'intégration pour les nouveaux arrivants, des visites régulières de la direction dans les agences et services pour expliquer la stratégie de l'entreprise, l'amélioration de la communication et une négociation groupe sur le télétravail à la fin de la crise sanitaire et vous obtenez (enfin), pour la direction, **le profil parfait de l'employé heureux.**



Pour les élus, cela semble bien insuffisant au regard des analyses faites par AlterAlliance. Rien de plus ne sortira du portefeuille de la direction car « ce plan d'actions » n'aura ni moyens humains ni financiers pour se mettre en œuvre. Petite suggestion des élus de l'EstMedia-CGT qui ne coûte rien : anticiper ! Si les demandes émanant de la hiérarchie étaient connues plus tôt cela éviterait déjà du stress et de la surcharge au sein des équipes. « A l'impossible nul n'est tenu », a stipulé à plusieurs reprises Christophe Mahieu... sauf pour le retour à l'équilibre de nos titres où il a martelé « que cela est notre priorité ». Pour les élus de l'EstMedia-CGT, le pouvoir de dire « non »

