

Résumé des réunions d'information tenues à Houdemont les 10 et 11 octobre 2017

A l'ensemble des salariés d'agences ER et VM

Nous nous sommes laissés le temps de la réflexion afin de ne pas répondre à chaud aux déclarations de Philippe Carli du 29 septembre.

Petit rappel préalable : Michel Lucas a démissionné de ses postes de président du conseil d'administration de l'Est Républicain et de la Liberté de l'Est. Philippe Carli le remplace à ses postes depuis le 18 septembre 2017. Christophe MAHIEU a été reconduit comme directeur général par les conseils d'administration de l'ER jusqu'en 2021 et de la LE jusqu'à fin 2018.

Nous voulons vous apporter quelques précisions sur un certain nombre de points abordés par Philippe Carli :

Sur la situation du groupe (vous aurez noté le changement radical de langage, on parle maintenant de groupe et de stratégies de groupe) : 110 millions sont à trouver (50 millions de recettes supplémentaires et 60 millions d'économies). Sur les économies, on a bien compris que 15 millions provenaient des transferts d'impression du Républicain Lorrain à l'ER et de l'Alsace aux Dernières Nouvelles d'Alsace. Donc, il manque 45 millions. Où la direction va-t-elle trouver ces sommes ?

Nous avons quelques hypothèses sur la façon dont M. Carli fait des économies, Dans la presse nationale, il n'a pas hésité à sortir le grand jeu : externalisations, remises en cause des accords d'entreprise, changements de statuts, productivité intensifiée... Des mesures qui sont facilitées par la loi travail et les ordonnances Macron...

Par rapport aux discours de Philippe Carli
au CE et aux salariés,
l'EstMédia-CGT n'accepte pas :

- Que le préalable à cette mutation, malgré la solidité financière de l'actionnaire majoritaire, soit la liquidation d'emplois, comme annoncé au Républicain Lorrain et à l'Alsace. Faire partir des salariés peut être pertinent mais à la seule condition de préparer l'avenir, ce qui n'a jamais été fait par toutes les directions successives lors des différents plans de départs.
- Que les salariés payent les erreurs de gestion du passé. « Gouverner, c'est prévoir », mais c'est aussi assumer ses responsabilités, celle de définir une stratégie claire et mobilisatrice, celle de mettre en œuvre des projets en y faisant concrètement participer tous les salariés, celle enfin de préparer les équipes aux changements techniques, technologiques et organisationnels à court moyen et long termes.
- Que la direction sacrifie les salariés les plus faibles et rabote les acquis sociaux sur l'autel de la rentabilité. Il faut que la direction arrête d'envisager les salariés uniquement en termes de coûts et de risques mais en termes de capital humain à faire fructifier. Les bonnes personnes, aux bons endroits, au bon moment.
- Que la direction n'en profite pas pour investir solidement dans l'outil de production. Equiper des rotos anciennes avec des pièces d'occasion ne peut être qu'une stratégie à très court terme en matière industrielle. Nous revendiquons un outil industriel, nouveau et neuf.
- Que la direction mutualise dans le seul but de faire des économies à court terme. Dans certains cas, mutualiser, c'est dégrader le produit et donc perdre encore plus de clients... alors que ceux-ci réclament toujours plus d'attention, de services et de qualité.

- Que la direction externalise des activités qui doivent demeurer au sein des journaux.
- Que la direction utilise les représentants du personnel dans le seul but d'avaliser ses choix. Au vocable de partenaires sociaux, vos représentants préfèrent celui d'acteurs du changement, élus pour représenter et défendre les intérêts des salariés. Ce ne sera possible que si la direction est enfin ouverte au dialogue social, équilibré, constructif et respectueux des salariés.

Les élus de l'Est Media CGT sont prêts à aborder ces transformations, avec la direction, et surtout avec vous les salariés. Mais celles-ci ne seront productives que si elles sont lisibles, pertinentes, partagées, coconstruites, réalistes, financées et accompagnées.

Les élus de l'Est Media CGT sont d'accord :

- Pour que la direction change de cap reconnaissant implicitement ses erreurs stratégiques et le retard conséquent pris dans de nombreux domaines et secteurs. Ce que les représentants du personnel de l'Est Media CGT ne cessent de dénoncer à longueur de réunions de comité d'entreprise proposant des pistes de développement qui ne sont pas ou peu écoutées.
- Pour que la direction ne fusionne pas les titres et affirme sa volonté de ne pas les céder. Il serait en effet dommage de répéter les erreurs du passé, par exemple l'absorption du Pays et le départ des Vosges de l'Est Républicain, qui n'ont fait qu'accélérer la baisse de la diffusion. Quant à la volonté de ne pas céder les journaux, il faut voir si cette position s'inscrira dans le temps ou pas ?
- Pour que la direction reconnaisse que l'information n'est pas un produit comme les autres. Un journal n'est pas une boîte de petits pois. C'est un acteur de la vie économique, sociale, démocratique et

culturelle. A ce titre, il doit être une fenêtre sur le monde, de sa commune à l'autre bout de la planète.

- Pour que la direction développe le web tout en confortant le print. Celle-ci ne doit pas développer le web au détriment du print. Les moyens et les organisations doivent être donnés aux équipes pour que le web devienne une source plus importante de revenus.
- Pour que la direction développe de nouveaux relais de croissance. En effet, à de nombreuses reprises, les élus de l'Est Media CGT ont invité la direction à investir dans la recherche et le développement, de produits de presse et hors presse, comme elle le fait déjà dans le secteur bancaire, en tirant des revenus de plus en plus conséquents de ces activités. Alors pourquoi pas dans la presse ?
- Pour que la direction valorise nos marques en se fondant sur les valeurs et les savoir-faire de nos entreprises et de ses salariés. Là aussi, il y a un important travail à faire en matière de communication externe pour que nos journaux soient incontournables en termes de crédibilité, de proximité et d'innovation en Lorraine et en Franche-Comté.
- Pour que la direction ait une approche marketing et sur la qualité de nos produits. Trop souvent la direction a lancé des opérations au doigt mouillé et n'a pas ensuite assuré leur suivi et vérifié leur pertinence.
- Pour que la direction remette le lecteur et l'annonceur au centre des préoccupations. Le véritable « patron » du journal est celui qui nous fait confiance tous les matins en l'achetant. Arrêtons de le décevoir !
- Pour que la direction engage rapidement une négociation sur la Gestion prévisionnelle des emplois et des compétences. Mais à condition que, pour une fois, celle-ci soit constructive, loyale et sérieuse. Quand on constate la pauvreté et le manque d'ambition du

plan de formation 2018 (vous avez dû lire nos avis du CE), la barre que place Philippe Carli, en particulier au niveau du digital, risque d'être très haute à franchir.

- Pour que la direction développe les compétences des salariés en poste et recrute de nouveaux talents. En effet, la politique de formation a été jusqu'à présent peu ambitieuse et à très court terme, alors qu'elle doit permettre d'équiper les salariés pour qu'ils puissent s'adapter à un monde qui change toujours plus vite.

En conclusion, la loi du marché, clé de voûte du discours de Philippe Carli ne doit pas être la seule justification des transformations annoncées.

Banque coopérative et mutualiste, le Crédit Mutuel doit apporter la preuve qu'il n'est pas un actionnaire comme les autres. Il ne doit pas renier les valeurs qu'il met en avant sur son site internet : « s'associer pour être plus fort ensemble ».