

Agression du VCP de Besançon

Il y a quelques jours, un porteur de journaux de Besançon a subi une agression au cours de sa tournée de livraison. « Le porteur dépend d'un dépositaire et ce n'est pas à nous de déposer plainte, car nous n'avons pas de responsabilité juridique dans cette affaire. Cependant, au niveau humain, je déplore cet accident dramatique », note Christophe Mahieu. Les élus ont rappelé que les vendeurs colporteurs de presse (VCP), en distribuant le journal, étaient la dernière chaîne du maillon après la fabrication du journal. Ils estiment que devant la recrudescence de la violence physique, verbale ou via les réseaux sociaux, leur protection, comme celle des salariés de l'UES et des représentants de nos titres, est primordiale.

Situation des entreprises de l'UES au 31 décembre 2017

Les comptes cumulés à fin décembre 2017	ER	LE
Publicité régionale commerciale	- 6,86 %	- 9,10 %
Publicité régionale PA	- 4,02 %	- 1,61 %
Publicité nationale commerciale	12,04 %	+ 12,06 %
Publicité nationale PA	- 31,59 %	- 56,84 %
Total publicité	- 4,50 %	- 5,18 %
Diffusion	- 3,57 %	- 3,70 %
Résultat d'exploitation	- 8 555 K€	- 25 K€

Comptes internet cumulés à fin décembre 2017	ER	LE
Publicité	1 502 K€	263 K€
Diffusion web - Autres produits	1 054 K€	205 K€
Chiffre d'affaires net	2 556 K€	468 K€

Les chiffres

A L'Est Républicain, en décembre, la publicité locale s'est plutôt bien tenue. Malgré une baisse des charges, l'année 2017 se termine avec un résultat d'exploitation (REX) à - 8 555 K€, un reflet de la tendance baissière qui s'est intensifiée de mois en mois. Fortement impacté par diverses dépréciations et provisions, le résultat net affiche - 16 millions à fin décembre. A Vosges Matin, la publicité comme la diffusion du mois sont en baisse. L'année se termine néanmoins par un REX proche de zéro (- 25 K€). La vente du siège historique à Epinal permet un résultat net final, positif de 602 K€.

Côté web, les chiffres sont toujours en hausse. Au cumul, le web représente 2,5 millions de CA pour L'Est Républicain et 468 K€ pour Vosges Matin. Malgré tout, ces résultats ne représentent qu'une infime partie du chiffre d'affaires total.

En 2017, l'UES a versé sur ses fonds de roulement déficitaires, près de 1,4 M€ issus du CICE et des aides à la presse. Merci l'Etat...

Quant aux effectifs, par le biais d'une pyramide des âges vieillissante, ils baissent de 27 personnes en 2017.

Les perspectives pour 2018 seront présentées au prochain conseil d'administration auquel participent plusieurs élus mandatés par le CE.

Les différentes actions (PSE au RL et PDV à L'ER) menées sur le « Pôle Lorrain » comme se plaît à le décrire la direction, ont pour but « de faire baisser les coûts et de pérenniser l'impression à Houdemont », selon Christophe Mahieu.

Il explique aussi : « dans un horizon à "moyen terme", il ne peut pas y avoir d'arrêt du support papier ».

Les élus rappellent que pour maintenir le site d'Houdemont, les bricolages ne suffisent plus. Pour eux, se contenter de baisser les coûts ne permettra pas de pérenniser les emplois et de se lancer de nouveaux défis de développement. D'ailleurs Philippe Carli parle lui-même, dans ses projets, de modernisation et d'investissement industriel en Conseil d'administration.

Il faut trouver la place de chacun dans les futures organisations et transformations à venir. Cela passe par des embauches

LA RÉORGANISATION POUR LES NULS



pour rajeunir la pyramide des âges, des investissements et des formations pour tous à la hauteur des enjeux. Charge au Crédit Mutuel de prendre, enfin, ses responsabilités.

Point sur l'avancement de la négociation sur un PSE-PDV au secteur imprimerie avec les organisations syndicales.

« Plusieurs réunions se sont tenues avec les organisations syndicales. Un projet d'accord majoritaire a été présenté par la direction. Des contre-propositions ont été faites par les délégués syndicaux et d'autres réunions sont programmées », indique le directeur général. Et Sabrina Gharbi d'ajouter : « on se laisse le temps de la négociation. On ne veut pas déclencher la procédure officielle tout de suite avec le comité d'entreprise, pour ne pas se retrouver coincé dans des délais ».

Politique sociale
Rapport d'expertise par le cabinet Secafi

En préambule, l'expert du cabinet Secafi a annoncé aux élus que le changement de direction au pôle presse du Crédit Mutuel et les annonces de fermeture de centres d'impression marquaient un tournant majeur dans l'histoire de l'UES. La période qui se profile à l'horizon 2020 va être synonyme de changements au sein des entreprises. L'expert confirme les propos des élus en affirmant que la direction doit rapidement donner les moyens nécessaires aux salariés pour se projeter dans l'avenir et dispenser des formations à la hauteur des enjeux pour pérenniser les emplois.

Le projet Digital First recouvre des objectifs de développement économique qui restent à construire. S'appuyant sur d'autres titres, l'expert a souligné que les rédactions bi-media avaient vécu et que faire du web demandait du temps et des compétences. Empiler de nouvelles tâches dégraderait encore un peu plus les conditions de travail, déjà malmenées par des effectifs réduits dans de nombreux services. L'expert a également abordé l'événementiel comme source de revenus supplémentaires, tout en mettant en garde la direction sur la frontière entre journalisme et communication.

Pour terminer, confirmant l'analyse des élus, il a insisté sur l'importance d'engager une GPEC. Mais cet outil ne doit pas être un autre moyen de « liquider » des salariés.

Avis du CE sur la politique sociale de l'entreprise, les conditions de travail et de l'emploi en 2016

« En 2016, comme les années précédentes, la politique sociale de l'Est Républicain et de Vosges Matin n'a pas été à la hauteur des enjeux. La baisse constante des effectifs se poursuit, impactant fortement les conditions de travail de ceux qui restent, tout comme les résultats économiques. Cette politique de réduction des coûts est une fuite en avant ne permettant pas de préparer l'avenir de nos entreprises. D'autant que rien n'est fait pour que les salariés acquièrent de nouvelles compétences clés, leur assurant un avenir professionnel au sein de nos entreprises. Toujours pas de GPEC, un plan de formation exclusivement consacré à l'adaptation aux outils et aux postes, des formations trop courtes et généralistes, peu de formations pour les personnels dont les emplois risquent d'évoluer fortement ou de disparaître, des formations « light » sur le numérique... La direction a-t-elle l'envie d'emmener tous les salariés dans la transformation de nos entreprises, comme son actionnaire majoritaire le fait massivement avec ses autres salariés dans le secteur bancaire ? Cela ne saute pas aux yeux. Il va falloir un peu plus que du ruissellement et des déclarations d'intention pour faire muter nos journaux dans le XXI^e siècle. Et c'est sans parler du dialogue social, tant vanté par la direction, qui réduit comme peau de chagrin, en quantité comme en qualité. Les salariés de l'UES méritent mieux que des conditions de travail dégradées, des formations au rabais, des salaires différents à travail de valeur égale et des perspectives d'avenir incertaines ».

Site Libra Mémoire

Il n'a pas échappé à la direction que la pyramide des âges de la population, à l'instar de celle de nos titres, est vieillissante. « Nous avons donc tout intérêt à bien nous positionner sur ce marché », souligne Christophe Mahieu.

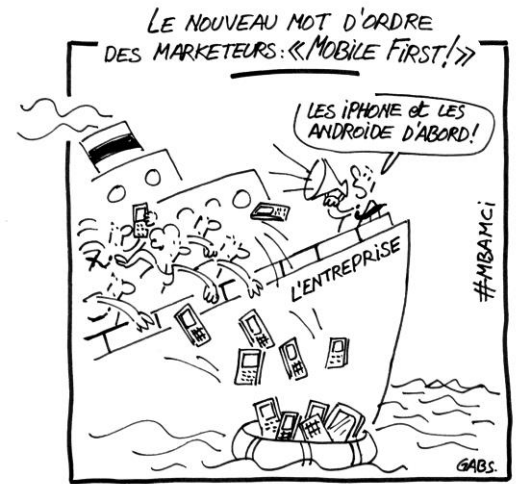
Sandrine Conus, référente pour l'Est Républicain et Vosges Matin au niveau du groupe, a présenté les nouveautés du site Libra Mémoire aux élus. « On a travaillé sur la refonte du site en développant notamment la page défunt. Nous proposons de nouveaux services pour avoir plus d'interactivité avec les internautes, avec, comme ambition une augmentation de l'audience et un développement adapté du chiffre d'affaires ».

La fée marketing se serait-elle penchée sur le berceau « Libra Mémoire » ou la direction aurait-elle, enfin, compris le sens du mot « anticipation » ?

Dans tous les cas, les élus ne peuvent qu'approuver le développement de ce site pour qu'il devienne incontournable des internautes et offre une vraie interaction avec le print.

Audits, réorganisations et négociations

Audits. - Les élus, curieux par nature, ont demandé à la direction le coût des audits Bearing Point et June Partners et leurs contenus. « Je ne sais pas comment ces deux audits ont été financés et celui de June



Partners n'a pas vocation à être rendu public puisqu'une synthèse a été présentée par Philippe Carli », affirme Christophe Mahieu.

Comment vont faire les élus pour négocier les transformations annoncées sans connaître le contenu exact de ces audits ? Les délégués ont tout de même insisté sur le rapport Bearing Point (développement du Digital First), souhaitant connaître les conclusions et les préconisations attendues. « Je ne suis pas prêt à vous soumettre aujourd'hui ces informations. Je reviendrai vers vous au CE de février. Notre volonté est d'avancer rapidement, mais il n'y aura pas de big bang et nous prendrons le temps qu'il faudra avant de basculer dans le Digital First ».

Ventes

Problèmes de livraison. - Les élus alertent une nouvelle fois la direction sur un problème récurrent : celui de clients mécontents, notamment le week-end et les jours fériés, qui n'ont pas reçu leur journal. Comme il en a l'habitude, la réponse « technique » et tarabiscotée du directeur des ventes par la bouche de Sabrina Gharbi, n'a pas franchement convaincu les élus. Pourquoi faire compliqué quand on peut faire simple ? « On souffre d'un retard sur la relation clients », reprend de volée Christophe Mahieu. « Je reconnais que l'on manque de vision marketing. C'est un sujet majeur dans nos entreprises car notre gestion n'est pas aussi bonne qu'elle devrait l'être ». « Nous réfléchissons à une solution », conclut Sabrina Gharbi. Là aussi, il serait temps...

Supplément Johnny Hallyday. - « Je tiens une fois de plus à saluer les initiatives des salariés », note Christophe Mahieu avant d'ajouter « le supplément Johnny est un succès. Les 10 000 exemplaires sont quasiment tous vendus. Il est désormais uniquement en vente sur commande et/ou sur la boutique du site web ». Les élus font tout de même remarquer que l'UES dispose de la logistique de distribution mais pas de l'impression. Une raison de plus de penser à un investissement industriel pour notre indépendance.