



# Des moyens, il y en a Maintenant, il faut la volonté

Un seul point à l'ordre du jour du CE extraordinaire du 13 juin 2018 : information-consultation des élus sur la situation économique et financière de l'UES, soit l'examen des comptes annuels 2017 par l'expert-comptable du CE.

Voici les principaux points à retenir.

## **Une presse écrite qui continue à souffrir en France**

- Côté publicité, les annonceurs augmentent leurs dépenses, mais ils se détournent de la presse écrite (- 6,6% de dépenses de communication en 2017) et la tendance s'accroît en 2018.
- Côté diffusion print, le réseau a perdu 18 % de ses points de vente en six ans, ce qui impacte la vente au numéro.
- Côté diffusion web, cela progresse (3,7% de la diffusion totale de la PQR), mais cela ne constitue pas encore un relais de croissance suffisant.
- La PQR accuse un retard de cinq ans dans la digitalisation par rapport à la PQN. Ce qui est possible au niveau national ne l'est pas forcément au niveau régional, eu égard à la nature et au modèle économique de la PQR.
- Les projections de chiffre d'affaires de la PQR sur le web ne seraient que de 6 à 7 % du CA global en 2020.

## **Le Crédit Mutuel est plus que jamais un actionnaire solide**

- Le groupe Crédit Mutuel CM11 a réalisé 2,208 milliards de résultat net en 2017 et a amélioré son produit net bancaire de 5,3 %.
- En 2017, le résultat opérationnel des entreprises de presse détenues par le Crédit Mutuel reste déficitaire (- 36,8 millions d'euros) mais s'améliore de 4,4 millions par rapport à 2016.
- La contribution du pôle informatique-logistique et presse, au sein duquel se trouvent ses neuf journaux, ne représente que 10 % du produit net bancaire consolidé et moins de 1 % du résultat net du groupe Crédit Mutuel.

- Le montant de prêts et avances consentis par le Crédit Mutuel au pôle presse (60 millions d'euros) ne représente que 0,08 % du montant total prêté aux filiales et participations de la banque.
- Pour autant, le pôle presse présente un intérêt stratégique pour le CM11, car ses titres ont des bases de données qui peuvent constituer un atout important pour préparer l'ère du big data.
- Avec 572 millions de chiffre d'affaires en 2017 et 879.336 journaux vendus par jour, les neuf titres d'Ebra représentent aujourd'hui 22 % de parts de marché de la PQR en France.

### **L'Est Républicain et Vosges Matin toujours à la peine**

- Le chiffre d'affaire global (pub + diffusion) baisse de 3,9 % à l'ER et de 3 % à la LE en 2017.
- Toutes éditions confondues, la diffusion continue à baisser (- 5,4 % à Vosges Matin et - 3,8 % à l'Est Républicain). En moyenne des chiffres moins bons que dans le pôle presse du Crédit Mutuel (- 2,8 %) et dans la PQR (- 3 %). Le passage au tabloïd n'a fait qu'accélérer l'érosion au lieu de la contenir.
- Le chiffre d'affaires internet progresse. Mais la part de la diffusion numérique dans la diffusion payée totale n'est que de 2,2 % à VM et 3 % à l'ER.
- Le taux de pénétration moyen de nos titres reste important par rapport aux autres titres de la PQR, (+ 8,7 % à l'ER et + 12,1 % à VM).
- Toujours en 2017, les recettes publicitaires ont diminué de 1,5 million d'euros à l'ER et VM.
- Pour autant, la perte d'exploitation globale est moins importante que prévue.
- Les économies continuent. La consommation de papier plonge de 20 %. Les frais de personnel interne ont baissé de 4,4 % et de même que ceux des correspondants et des pigistes qui ont diminué de 30 % en trois ans. En revanche, le coût informatique (sous-traitance et location via Euro Information) a presque doublé entre 2016 et 2017.
- Le résultat net est pénalisé par la provision pour restructuration de 4,1 millions d'euros à l'ER et par la nouvelle dépréciation de VM à hauteur de 3,6 millions.
- Les fonds propres de l'ER, négatifs à hauteur de 59 millions, nécessitent une recapitalisation. L'expert pense qu'il est plausible que l'actionnaire lui préfère un abandon de créances.

### **Les conclusions des élus de l'Est Media CGT suite à la présentation de ce rapport.**

Le rapport de l'expert-comptable du CE montre que depuis qu'il est aux commandes de nos entreprises de presse, le Crédit Mutuel porte l'entière responsabilité de la situation économique dans laquelle se trouvent nos journaux. En n'ayant aucune vision stratégique digne de ce nom, en n'investissant pas dans les outils de production et dans la formation des salariés, en sacrifiant les conditions de travail et la qualité des produits, en privilégiant la réduction des coûts au développement de l'activité.

Le Crédit Mutuel peut casser ce cercle vicieux : en investissant dans les outils et les humains, en valorisant les atouts de nos entreprises et les compétences de ses salariés, en adaptant nos produits aux besoins des lecteurs et des annonceurs mais aussi en diversifiant les sources de revenus. Puisque le groupe sait le faire dans la banque et l'assurance, pourquoi ne le fait-il pas dans son pôle presse ?

**Le Crédit Mutuel a les moyens de casser ce cercle vicieux, il doit maintenant en avoir la volonté.**