

Situation des entreprises de l'UES

Les comptes cumulés à fin décembre 2018	ER	LE
Publicité régionale commerciale	- 6,31 %	- 2,83 %
Publicité régionale PA	- 1,99 %	- 1,70 %
Publicité nationale commerciale	+ 7,61 %	+ 7,66 %
Publicité nationale PA	- 3,46 %	+ 4,63 %
Total publicité	- 3,67 %	- 1,35 %
Diffusion	-3,09 %	- 3,62 %
Résultat d'exploitation	- 9 750 K€	+ 357 K€

Comptes internet cumulés à fin décembre 2018	ER	LE
Publicité	2 239 K€	532 K€
Diffusion web - Autres produits	1 196 K€	240 K€
Chiffre d'affaires web	3 435 K€	772 K€

LER : A fin décembre, les chiffres de publicité sont toujours en négatif comparé à l'année passée. Reste qu'un petit frémissement s'opère sur le web où les résultats progressent mais ne permettent pas encore de compenser à fin décembre la perte de publicité sur le support papier. Côté diffusion, le constat est un peu différent puisqu'à fin décembre, sur le web, la progression est relativement faible par rapport à l'année 2017, et ce malgré les efforts constants des équipes sur ce support. La vente au numéro s'érode plus rapidement que la partie abonnés qui résiste plutôt bien. A ce sujet, notons que des ventes groupées et des actions de prospections sur certains territoires de notre zone de diffusion portent leurs fruits. Quelques éditions, notamment Besançon et Vesoul profitent de cette légère embellie.

Par ailleurs, l'apport de l'impression du Républicain Lorrain contribue à la progression du chiffre d'affaires final, par rapport au précédent exercice. Après quelques opérations de régularisation comptables, le résultat net, même s'il reste négatif, est bien meilleur que celui de l'an dernier (-7,5 M€ contre - 16M€, soit 53 % de mieux...)

VOM : La situation est légèrement différente à Vosges Matin. Côté diffusion, les résultats sont similaires puisque l'érosion est de -3,62 %, peu compensée par les chiffres web. En revanche, la publicité a mieux résisté grâce notamment au support web où la progression, même si elle ne couvre pas encore totalement les baisses sur le papier, est significative. Le résultat d'exploitation finit en positif à + 357 K€ contre - 25 K€ l'an dernier. Des opérations purement comptables de fin d'année viennent ternir ces chiffres avec un résultat net à - 555 K€. Un « 1.2.3, j't'embrouille » où même Christophe Mahieu a eu du mal à retrouver ses petits.

Web : les chiffres d'affaires des deux journaux finissent en hausse : + 30 % pour l'Est Républicain ; + 58 % pour Vosges Matin.

Effectifs : les effectifs de l'Est Républicain ont perdu 10 salariés en 2018. Pour Vosges Matin, ils restent identiques à 2017.

Nouvelle rotative

Même si le digital first est le projet phare pour 2019, la direction reconnaît qu'il est temps de prendre le tournant vers un nouvel outil d'impression. « *Le papier reste le vecteur principal du chiffre d'affaires* », note Rémi Ramsstein, directeur technique. Pour lui, « *la volonté conjointe d'aboutir sur ce projet, va nous permettre de le présenter à notre actionnaire, afin qu'il valide son financement.* » Pour les élus de l'EstMedia CGT, ce résultat est le fruit d'un travail mené depuis plus d'un an avec pour objectif ce projet d'entreprise déterminant pour l'avenir de nos titres. Il impactera **tous les salariés**. Il permettra une mise en phase avec notre époque en proposant le tout couleur tant attendu par nos lecteurs et annonceurs. Ce nouvel outil industriel doit être également synonyme de nouveaux produits.

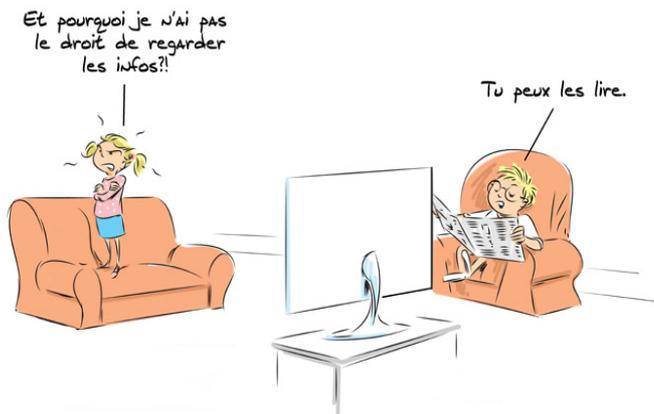


Vente - marketing

Digital factory. - La Digital factory est une structure groupe permettant notamment la monétisation de la publicité sur le web.

Elle est chargée, entre autres, de développer de nouveaux abonnements en adéquation avec le lectorat, de bien segmenter les offres, de permettre aux abonnés de bénéficier d'un accès aux archives. Ces différents développements sont prévus au cours du second trimestre 2019. Si tout va bien...

TV locales. - Les lobbying privés tels que BFMTV ou encore LCI veulent que la future réforme de l'audiovisuel prenne en compte le développement de chaînes régionales locales. « *Il est clair que l'ambition affichée de ces différentes chaînes représente une concurrence potentielle. C'est pourquoi, il est indispensable de poursuivre le développement de vidéos sur nos sites, pour limiter cette nouvelle forme de concurrence* », affirme le directeur général. Un dossier que les élus de l'EstMedia ne manqueront pas de suivre de près.



Un nouveau directeur aux ventes. - Gérald Rébora a été nommé directeur des ventes au 1^{er} janvier, en remplacement de Cédric Leborgne. « *Et qui remplace Gérald Rébora, comme responsable aux abonnements ?* », s'interroge un élu. « *Personne* », répond Christophe Mahieu. Une fois de plus, les élus de l'EstMedia CGT constatent que certains postes, qui à leurs yeux sont stratégiques pour le développement de nos titres, ne semblent pas indispensables pour la direction. Le « 1.2.3 j't'embrouille » fonctionnaire, quant à lui, à merveille pour supprimer un poste...

Rédaction... numérique

Edition numérique du soir. - Apparemment, plutôt que de jouer au Scrabble, une majorité de Vosgiens ont trouvé une occupation dès 21 h 30 : s'abonner au web et bénéficier, gratuitement, de l'édition numérique du soir. « *Le test lancé en novembre 2018 a rencontré un réel succès auprès des abonnés web* », annonce le directeur général. « *L'accès élargit aux pages départementales semble être un plus. Cela est perçu comme un complément par rapport à l'édition du lendemain. Nous avons donc décidé de la pérenniser et de l'étendre à d'autres départements de notre zone de diffusion d'ici le second semestre* », poursuit Christophe Mahieu. Les élus du Comité d'entreprise avaient pourtant eu vent d'un déploiement à l'Est Républicain plus rapide... « *Aujourd'hui, techniquement, cela ne suit pas au niveau informatique et on préfère attendre six mois* », justifie le directeur.

Création du desk expert ERV. - Prévu dans un premier temps avec un effectif de 10 salariés multimédia issus des trois titres (Est Républicain, Vosges Matin et Républicain Lorrain), le « bien nommé » desk expert « *s'apprête à être constitué* », oups... « *est d'ores et déjà constitué* » ... enfin « *va être constitué ces prochains jours* ». Un peu flou tout cela. Bref, les élus ont compris que des appels d'offre avaient été lancés et que des salariés s'étaient manifestés. « *Trois ou quatre* », selon la directrice des ressources humaines, Delphine Manzano, nouvellement nommée.

« *La couverture est prévue de 6 h à 21 h* », annonce Christophe Mahieu. Ah bon ? Pourtant le projet présenté aux élus et aux salariés prévoit une plage horaire de 6 h à 24 h. « *Oui, mais c'est l'objectif final* », se défend-il. « *On ne bascule pas tout, tout de suite* ». Et les plages horaires pour ces couvertures ? « *Ah...* » Une fois de plus, le directeur général semble ne pas retrouver ses petits.



Les élus quant à eux, ont bien compris qu'à ce stade, il est clair que les postulants auront du mal à concilier vie privée et vie professionnelle, sans un planning clairement établi. Même si les élus reconnaissent que ce projet est évolutif, ils constatent qu'à ce jour, il est encore très difficile de mettre en place des organisations de travail efficaces. Il ne faut pas confondre vitesse et précipitation. Et que deviennent les CDD « *voltigeurs* » comme aime à les nommer Christophe Mahieu ? Pour les élus de l'EstMedia CGT, il serait temps de clarifier leur situation... Tout cela ne manquera pas d'être abordé en commission de suivi, le 7 février prochain.