

Situation des entreprises de l'UES

Les comptes cumulés à fin mars 2019	ER	LE
Publicité régionale commerciale	- 14,66 %	+ 3,99 %
Publicité régionale PA	- 3,99 %	- 4,23 %
Publicité nationale commerciale	+ 48,90 %	+ 56,84 %
Publicité nationale PA	- 88,30 %	- 86,11 %
Total publicité	- 5,61 %	+ 6,04 %
Diffusion	- 0,59 %	- 3,11 %
Résultat d'exploitation	- 2387K €	- 98 K€

Comptes internet cumulés à fin mars 2019	ER	LE
Publicité	631 K€	177 K€
Diffusion web - Autres produits	288 K€	71 K€
Chiffre d'affaires web	919 K€	248 K€

LER : Sous l'effet prix, le chiffre d'affaires des ventes de journaux reprend un peu de couleur. Cela n'empêche pas la poursuite de la chute des ventes au numéro. Avec des points de vente en baisse constante, il faut reconnaître que cela ne facilite pas une embellie.

De son côté, la publicité montre pour ce mois de mars des chiffres à la baisse. La publicité régionale en est la principale cause. Le résultat d'exploitation affiche quant à lui une hausse par rapport à l'année passée, grâce notamment à la reprise de l'impression du Républicain Lorrain sur les rotatives d'Houdemont.

VOM : Sous l'impulsion de la publicité régionale commerciale qui fait un joli score en mars, le chiffre d'affaires publicitaire s'améliore et s'inscrit en positif. « *Il faut reconnaître la performance des équipes vosgiennes* », souligne Christophe Mahieu. En revanche, la diffusion est toujours en baisse.

Web : les chiffres pour les deux titres sont toujours en hausse comme le nombre d'abonnés payants, même si les chiffres restent faibles.

Effectifs : la rédaction perd sept salariés et certains CDD arrivent en période de carence et ne pourront être renouvelés. Alors que la brique Swing pointe le bout de son nez et est programmée courant mai en Meurthe-et-Moselle et en Franche-Comté, la direction serait bien inspirée de trouver des solutions pour que ce projet tellement tourné, retourné et « discuté » dans les

différentes instances, soit déployé avec une organisation digne de ce nom.

Les élus de l'EstMedia CGT sont sceptiques.

Ambiance

Depuis la dernière visite de « courtoisie » de Philippe Carli le 28 février, le spectre du « groupe Ebra » plane désormais sur les débats. Alors qu'il y a encore quelques temps, ce mot était tabou, tout a changé. D'un « *on va prendre notre temps pour réaliser les transformations nécessaires* » entendu ici et là de la bouche de Philippe Carli ou de Christophe Mahieu, nous sommes passés à la vitesse supérieure avec une rationalisation progressive de tout ce qui peut l'être sous le prétexte des coûts du marché. Que resterait-il de nos entreprises de presse et de leurs spécificités ? Pourtant, comme les experts du Comité d'entreprise le préconisent dans leurs différents rapports, l'identité de nos titres a pour point fort la clientèle locale et régionale, là où se trouvent les leviers de croissance.

Rien de tout cela n'a été évoqué dans les débats.

Autre point fort du comité d'entreprise, la pré-



sentation d'une GPEC axée « groupe » avec encore une fois de plus, pour mot d'ordre : la casse des statuts.

La bonne parole

En effet, l'approche GPEC, pourtant chère aux élus de l'EstMedia qui n'ont pas attendu la direction pour œuvrer dans ce sens au quotidien, est apparue telle une coquille vide. Des approches pernicieuses pour que tous les salariés digèrent mieux la pilule. Dans les nombreux visuels « groupe » présentés par Delphine Manzano, directrice des ressources humaines, l'analyse fait

apparaître que toutes les catégories ont un niveau d'employabilité assez « moyen », voire « faible ». Il est aussi question de créer un observatoire paritaire des emplois et des compétences...pour y remédier. De beaux discours : « une volonté d'échanger (...), des ateliers de travail (...) », assure Delphine Manzano. Mais le mot négociation n'est toujours pas prononcé. Comme d'ailleurs pour tout le reste.

**"IL EXISTE UNE VOLONTÉ
DE POURSUIVRE
LES NÉGOCIATIONS..."**



Christophe Mahieu s'en défend bec et ongles : « Vous n'avez peut-être pas bien compris les choses » et d'expliquer aux élus que la porte est ouverte au dialogue. Dialogue ? Il est vrai que ce mot est désormais prioritaire dans les bouches des directions. Les délégués syndicaux de l'EstMedia l'ont bien compris. Mais pour eux, dialogue n'est pas synonyme de négociation.

Langue de bois...

A ce stade, les hostilités auraient pu débiter de part et d'autre de la table. Mais Christophe Mahieu a esquivé les attaques. Premier round : « concernant la nouvelle rotative à Houdemont, nous attendons la décision de l'actionnaire ». Même réponse qu'il y a deux mois, même langue de bois... Deuxième round (concernant le projet d'un journal 100 % digital dans les grandes métropoles) : « votre source d'information s'est un peu enflammée. Ce projet n'est qu'embryonnaire », se défend le directeur général. Pourtant, cette « source » semble bien connaître le sujet en affirmant via son compte twitter que des journalistes vont contribuer à l'élaboration de ce journal... Langue de bois bis...

Troisième round (sur les ventes groupées) : « ce n'est plus tabou. Si c'est une vente rentable, suivie et structurée, si c'est un plus pour le journal, cela n'a pas vocation, comme auparavant, à gonfler l'OJD ». Toujours la langue de bois.

... Et stratégie

Tout au long de ce Comité d'entreprise, les élus de l'EstMedia ont bien compris la stratégie de la direction de l'Est Républicain et de Vosges Matin qui semble ne plus maîtriser les problématiques des entreprises qu'elle dirige. Le rouleau compresseur imposé par le Crédit Mutuel leur dicte leur conduite : il faut penser groupe, vivre groupe, respirer groupe. Cette nouvelle ligne idéologique relayée par la voix de la DRH groupe Valérie Noël



est en marche, avec comme seule cible la destruction des statuts de tous les salariés de la presse, sous prétexte de compétitivité et de préservation des emplois.

Dans la messe libérale actuelle, les élus de l'EstMedia CGT seront force de propositions et mettront tout en œuvre pour contrer ces projets néfastes et pérenniser les emplois au sein des entreprises et garder notre identité.

Dernière minute

A partir de mai, les feuilles de paie seront envoyées par courrier au domicile de chaque salarié. Encore une décision pour uniformiser la pensée unique « groupe ». Les élus de l'EstMedia se sont opposés à cette pratique et ont demandé à la direction de mettre en place une procédure adaptée au choix de chaque salarié.