

Régie publicitaire : mais pour quoi faire ?

Houdemont, le 12 juin 2019

Un comité d'entreprise s'est tenu ce mercredi avec à l'ordre du jour « *Réponses aux élus sur leurs questions relatives à la situation économique de l'entreprise dans le cadre du droit d'alerte* ». Ce droit d'alerte a été déclenché dans le cadre du projet de mise en place d'une régie publicitaire.

Christophe Mahieu, Delphine Manzano et François Berthelot, à tour de rôle, ont tenté de justifier la pertinence de cette structure et d'éclairer les élus. « *Cela ne va rien changer pour les 56 personnes transférées* », ont-ils martelé. Le directeur général s'est même permis d'ajouter : « *la régie publicitaire n'est pas une source de profit* ».

Si on ajoute à cela le fait que les salariés « *resteront géographiquement au même endroit* », les élus du Comité d'entreprise s'interrogent sur le bien-fondé d'une régie publicitaire.

D'autres questions ont été posées par les élus, avec des réponses évasives, confuses et ambiguës de la part de la direction.

En conséquence, les représentants du personnel ont donc voté à l'unanimité, la poursuite du droit d'alerte.

Pour information, la veille, les membres du CHSCT ont mandaté un expert pour les aider à évaluer les conséquences du projet sur la santé et la sécurité des salariés, transférés ou non dans cette structure.