

## Situation des entreprises de l'UES

Les comptes cumulés à fin mai 2019	ER	LE
Publicité régionale commerciale	- 14,96 %	- 0,60 %
Publicité régionale PA	- 4,21 %	- 3,51 %
Publicité nationale commerciale	+ 43,06 %	+ 38,73 %
Publicité nationale PA	- 95,44 %	- 86,11 %
<b>Total publicité</b>	<b>- 6,50 %</b>	<b>+ 2,43 %</b>
Diffusion	- 0,82 %	- 3,49 %
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>- 2428 K€</b>	<b>- 151K€</b>

Comptes internet cumulés à fin mai 2019	ER	LE
Publicité	1 117 K€	301 K€
Diffusion web - Autres produits	499 K€	113 K€
<b>Chiffre d'affaires web</b>	<b>1616 K€</b>	<b>414 K€</b>

**LER** : au mois de mai, les chiffres montrent une légère évolution côté publicité, mais restent tout de même en négatif. Le chiffre d'affaires ventes est en progression dû à l'augmentation du prix mais la diffusion continue de baisser. Malgré ces chiffres, Christophe Mahieu estime que la digestion du tabloïd est passée et qu'on est en reconquête d'abonnés.

**VOM** : le chiffre d'affaires du mois reste égal à celui de 2018. La baisse de la vente au numéro affecte le chiffre de diffusion. Le résultat d'exploitation est un peu moins bon que l'an dernier, en raison de charges ponctuelles liées au déploiement du digital first.

**Web** : l'énergie déployée par les équipes et leur investissement dans le numérique permettent aux chiffres (publicité et pages vues) de progresser.

## Projet de régie publicitaire

Avant le Comité d'entreprise mensuel, un premier Comité d'entreprise extraordinaire s'est tenu à la demande des élus qui souhaitent obtenir des réponses complémentaires dans le cadre du droit d'alerte sur le projet de mise en place de la régie publicitaire. Tel Julien Lepers dans « Questions pour un champion », le secrétaire du Comité d'entreprise a testé les deux concurrents. Christophe Mahieu et François Berthelot étaient en lice sur les trois épreuves phares de l'émission, pour remporter la partie et se qualifier pour les quarts de finale. A celle des « Neuf points gagnants », les deux candidats sont repartis avec un

score de 0 à 0. En effet, les élus, à l'heure de la rédaction de ce tract, ne savent toujours pas qui serait le directeur général de cette éventuelle structure ni le statut des salariés concernés...

A celle des « Quatre à la suite », François Berthelot, l'actuel directeur de la publicité, a choisi comme thème « les doublons ». Mauvais choix pour ce candidat, pourtant pressenti comme potentiel futur dirigeant de la régie...ou pas. Heureusement pour lui, il a été sauvé - sur le gong - par la voix off, en la personne de la DRH, Delphine Manzano, bien en peine pour tenter de rattraper le coup. Les doublons seraient en fait des mutualisations.



Son rival du jour, Christophe Mahieu, a quant à lui, sans surprise, choisi les chiffres. Un thème qui ne lui a malheureusement pas réussi non plus. Pour preuve, à la question des gains estimés grâce à la mise en place de cette régie, la réponse est apparue sans substance, et le directeur n'a pas gagné de points. Il s'est dit dans l'incapacité de donner des précisions chiffrées, comme pourrait le faire, à ses yeux, « Madame Irma ».

Le public (NDLR les élus) misait ses derniers espoirs sur l'ultime épreuve : « le face à face », pour départager les deux champions. Et là, une nouvelle fois, grande déception. Chacun avait choisi son thème : pour le directeur général, « les outils justifient la régie » et pour François Berthelot : « lâchons les ciseaux pour valoriser l'emploi ». A la question sur le CRM (base de données clients), le directeur général argue que son fonctionnement est forcément associé à la mise en place d'une régie. A cette étonnante réponse, le public, qui

maîtrise le sujet, a contredit le « potentiel » champion.

A cet instant, les yeux du public étaient tournés sur le challenger François Berthelot. A la question sur les métiers au sein de la régie, il a affirmé que l'abandon des ciseaux pour découper les publicités, était l'occasion de permettre aux salariés d'effectuer des tâches plus intéressantes et plus utiles. **Pour les élus du comité d'entreprise, les réponses de la direction n'ont apporté aucun éclairage sur la justification de la mise en place d'une régie. Ils ont donc voté à l'unanimité la continuité du droit d'alerte (motion ci-dessous).**

**Formation à l'outil CRM.** Les assistantes de publicité vont bénéficier d'une formation à l'outil CRM. **Comme quoi, une régie n'est pas nécessaire pour former le personnel.**

### Digital first...toujours

Après les champions, place aux sportifs avec le déploiement de l'unité géographique sports qui est constituée sur la même base que les autres UG. Après avoir loué les bienfaits économiques de la mise en place d'une régie publicitaire, Christophe Mahieu, à nouveau dans son costume de directeur général de l'UES, a expliqué le fonctionnement de l'unité géographique sports. Le poste de SR Premium sera assuré par tous les journalistes à tour de rôle. Les journalistes sportifs seront polyvalents et seront équipés des outils Swing et Prime. L'Unité géographique sport est transversale sur les trois titres Est Républicain, Républicain Lorrain et Vosges Matin. Seul bémol, par manque d'effectif, les Vosgiens seront souvent sur le banc de touche des SR Premium. La mutualisation prend une fois de plus le dessus. Comment un secrétaire de rédaction Premium du Républicain Lorrain pourra-t-il enrichir des papiers de manifestations vosgiennes ou franc-comtoises s'il ne connaît pas le secteur ? Pour Christophe Mahieu, le sport est une matière prévisible... Pour les élus, cette organisation ressemble à une régie,

n'est pas une régie mais fonctionne pourtant comme une régie. **Comme quoi, une régie n'est pas nécessaire pour mettre en place une UG.**

Autre point digital first abordé, celui du service Mag. Christophe Mahieu précise que l'équipe actuelle utilisera Swing et Prime en octobre. Cette organisation s'apparente à une régie mais n'est pas une régie (...) **Comme quoi une régie n'est pas nécessaire pour réaliser un magazine.**



### Outil industriel

La BFCM a donné son accord pour financer une rotative pour imprimer le journal en tout quadri. Des aides ont été demandées au fond de modernisation de la presse et au niveau de la région. Le but de cet outil est d'investir et de développer d'autres leviers de croissance.

**Comme quoi, une régie n'est pas nécessaire pour investir et valoriser les emplois.**

### Dernière minute

**Améliorations du logiciel LSRH à la demande des utilisateurs**

La DRH répond que toutes les semaines la liste des améliorations est transmise à Euro Information. SARA doit être en burn-out car les réponses arrivent au compte-gouttes. Les élus soulignent qu'un logiciel adapté est aussi un moyen de réduire les risques psychosociaux.

**\*Ce compte rendu vous est offert sans citation de la direction**

## Motion des élus du Comité d'entreprise

A l'heure où il faudrait renforcer les collectifs de travail (rédaction, publicité, vente, technique...), innover avec de nouveaux modèles, créer de nouveaux services pour la clientèle, trouver la bonne complémentarité entre le numérique et le papier, s'adapter aux nouvelles habitudes du lectorat et des annonceurs, le projet de restructuration présenté par la direction de l'UES Est Républicain/Vosges Matin n'est pas porteur d'avenir pour nos sociétés.

La direction a pris l'option de démembrer nos entreprises de presse où tous les secteurs sont historiquement liés.

Elle utilise des logiciels automatisés et formatés non adaptés à notre activité. Les salariés perdent leur créativité et le sens de leur métier.

Elle noie nos marques pourtant reconnues, dans des pôles régionaux en délaissant la notion de proximité.

L'unité des services qui a fait la force de nos quotidiens risque aujourd'hui de disparaître, avec comme seul but la réduction des coûts et la destruction des statuts. Etrange stratégie pour redresser les comptes, mais efficace pour démotiver les salariés avec les risques que cela comporte sur leur santé. Les élus du Comité d'entreprise considèrent qu'il faut changer l'orientation de ces projets et entamer de véritables négociations en phase avec celle en cours sur la nouvelle convention collective de branche presse.

Les élus du Comité d'entreprise estiment que les arguments économiques apportés par la direction ne sont pas de nature à redresser les comptes des entreprises de l'UES.

Les élus demandent de nouveau à la direction un moratoire sur le projet de mise en place de régie publicitaire afin d'établir un diagnostic partagé et d'éclairer les nombreuses zones d'ombre, grâce à un dialogue social constructif.

**En conséquence, les élus du Comité d'entreprise décident de poursuivre le droit d'alerte.**