

Ki ka pas son kit ?

Situation des entreprises de l'UES

Les comptes cumulés à fin mars 2020	ER	LE
Publicité régionale commerciale	- 55,88 %	- 60,91 %
Publicité régionale PA	- 51,16 %	- 34,92 %
Publicité nationale commerciale	0 %	+ 5,53 %
Publicité nationale PA	0 %	0 %
Total publicité	- 47,03 %	- 44,57 %
Diffusion	+ 0,6 %	- 3,32 %
Résultat d'exploitation	- 1 521K€	- 215 K€

Comptes internet cumulés à fin mars 2020	ER	LE
Publicité	327 K€	114 K€
Diffusion web - Autres produits	332 K€	81 K€
Chiffre d'affaires web	659 K€	195 K€

Une grande partie de ce CSE a été consacrée au déconfinement. Mais avant de parler reprise économique et santé des salariés, Christophe Mahieu a annoncé « *entre 7 et 9 millions d'euros de pertes supplémentaires en 2020, sur le pôle ERV* ». Et d'enchaîner sur l'événementiel, un secteur très touché par la crise du COVID-19 : « *Domage car l'élan de début d'année est stoppé.* » Même constat au niveau publicitaire où les pertes ne pourront être rattrapées d'ici fin 2020.

La diffusion et les abonnements ont apporté une note positive dans ce triste bilan, avec « *une diffusion très honorable, une belle performance par rapport au reste de la PQR* », a noté le directeur général. Pour les élus de l'EstMédia CGT, c'est encore le print qui permet d'amortir les pertes. L'enjeu est désormais de fidéliser les lecteurs qui ont souscrit des abonnements pendant la période de confinement.

Déconfinement

Chaque directeur a ensuite fait un point assez complet de ce qui va se passer à partir du lundi 11 mai. Dans tout le groupe, la plus grande prudence est de mise. Et la reprise se fera de manière très progressive, en fonction de l'évolution de la situation sanitaire et économique. « *La priorité, c'est la préservation de la santé des salariés, cela ne sera pas discutable* », a rappelé Christophe Mahieu. « *Chaque fois que c'est possible, nous continuerons à privilégier le télétravail. Les rencontres physiques se limiteront au strict nécessaire.* » Un sens de circulation a été mis en place à Houdemont, où le nettoyage biquotidien des poignées, rampes etc. reste de mise. Un point « ménage » sera fait pour les agences.

Chacun va être contacté par son chef de service pour signer un protocole de reprise, un document préparé par la RH du groupe EBRA. Un kit de reprise individuel leur sera remis, avec masques en tissu et gel pour les « sédentaires » et des masques chirurgicaux pour

C'EST PAS TRÈS PRATIQUE,
MAIS, CROIS-MOI, Y A PAS MIEUX
POUR SE PROTÉGER DU CORONAVIRUS !



ceux qui iront sur le terrain. Christophe Mahieu ne le cache pas, certaines personnes resteront en chômage partiel au moins jusqu'à fin mai.

Pour la publicité, la reprise partielle ou totale dépendra du marché. Logiquement, il en sera de même pour l'atelier graphique. D'autres services comme la RH, le CRC, les PA/ADD, le service maintenance n'ont pas connu de baisse sensible de l'activité.

Côté technique, la montée en puissance sera aussi progressive, en fonction de l'augmentation des éditions, liée là encore au marché publicitaire et à la reprise de l'actualité : de 8 éditions, on passerait à 11 puis à 15 à la mi-juin. La montée en effectif pour le secteur de l'impression sera proportionnelle.

Tests des salariés

Le ministère du Travail a tranché et Philippe Noiret, responsable santé-sécurité a précisé : « *Non, ce n'est pas autorisé par le protocole national.* »

Digital first

Pour Sébastien Georges, le confinement a eu le « *mérite* » d'accélérer l'appropriation des outils digitaux. Le rédacteur en chef est revenu sur quelques consignes. Les rédacteurs doivent multiplier les liens hypertextes renvoyant à nos propres sites. Il faut améliorer le lien entre les premiums, les chefs d'UG et les chefs info (sachant que l'un d'entre eux, arrivé en décembre, est déjà reparti...). Quant aux temporalités, « *les exigences sont moindres pour les petites équipes* », a-t-il rappelé. Un nouvel outil statistique est en cours d'élaboration pour savoir si les efforts produits par la rédaction portent leurs fruits en termes d'audiences. Enfin, la mise à disposition, dans les UG, d'un téléphone de permanence Premium est actée.

Les élus de l'EstMédia CGT constatent que les procédures qui semblent claires au niveau de la rédaction en chef, ne le sont pas toujours en bout de chaîne, chaque strate y apportant parfois sa propre interprétation. Une communication plus large serait la bienvenue.

Stagiaires écoles à la rédaction

Pour Christophe Mahieu, il est encore trop tôt pour recruter des stagiaires d'écoles de journalisme pour cet été : « *Nous ne voulons pas leur donner de faux espoirs.* »

Ebra Services

La première vague de courriers sur les dispositifs de départs en mesures d'âge est partie début avril. Vont suivre à partir du 20 mai, les courriers pour les salariés qui souhaitent se positionner dans la nouvelle structure. Les personnes qui auraient un projet autre que d'intégrer la structure Ebra Services, peuvent se rapprocher du cabinet d'accompagnement LHH, mis en place par la direction, dont les coordonnées accompagneront le courrier. Quant aux modèles de contrat de travail, promis par Valérie Noël dans les groupes de travail, ils ne sont pas encore transmis à la RH.

Dernière minute

Petite confusion pour les élus de l'EstMédia-CGT lorsque Gérald Rébora, directeur des ventes, a parlé des inspecteurs des ventes. Pour lui ce sont « *des commerciaux* ». Transformation non anodine de vocabulaire, car sur le terrain, l'aspect commercial du métier est de plus en plus mis en avant : « *Imaginez le nouveau commerce, proposer de nouveaux produits aux diffuseurs...* ». Encore des fonctions supplémentaires à leur agenda déjà bien chargé ?