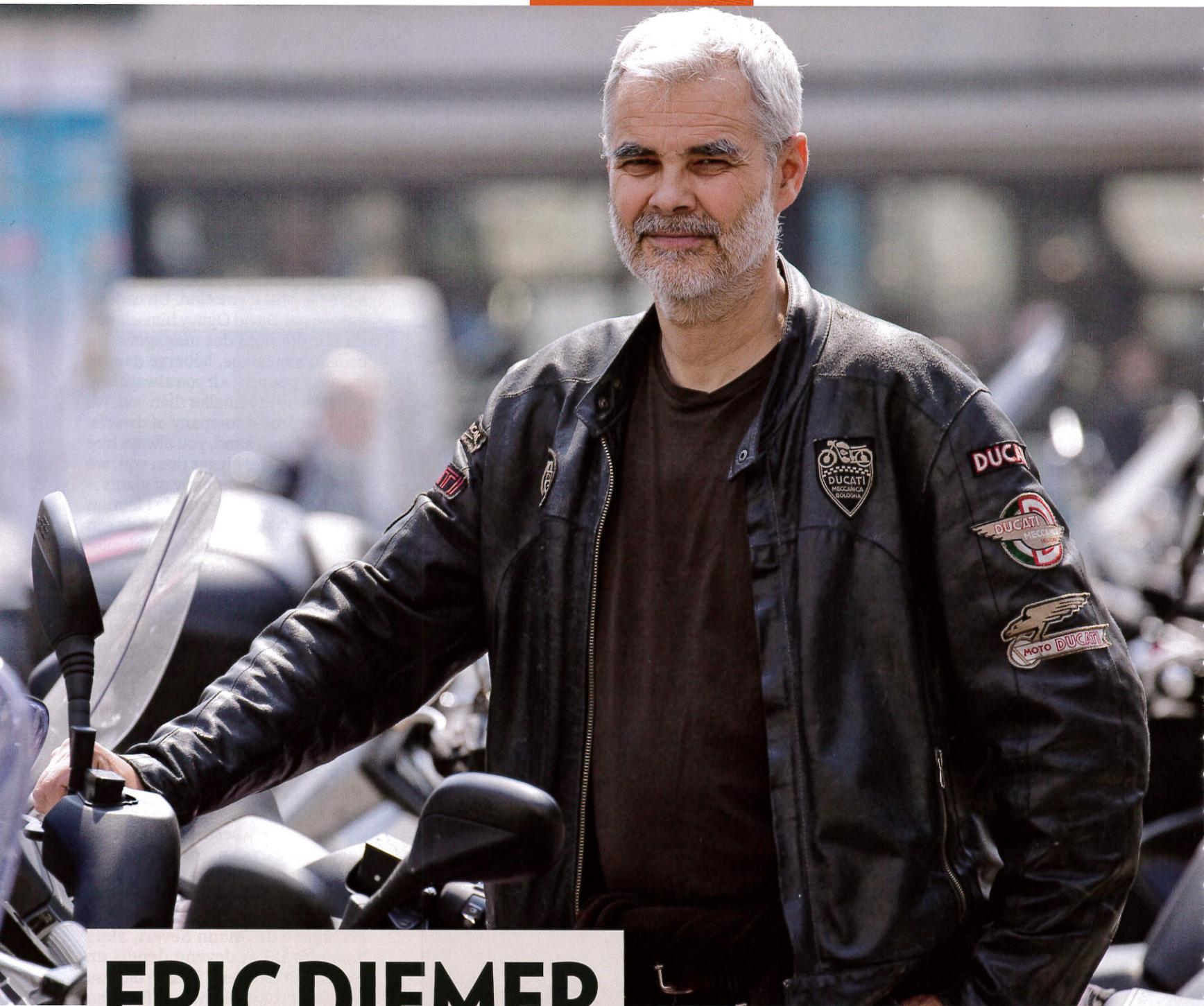


Portrait

MILITANT



## ERIC DIEMER REVENDICREATIF

SYNDICALISTE À PUBLICIS, CE DA  
DÉNOTE DANS LE MILIEU DE LA PUB.  
POUR FÊTER LES 16 M€ DE BONUS DE  
MAURICE LÉVY, IL A DISTRIBUÉ DES  
CACAHUËTES. RENCONTRE.

**D**ix avril. Au pied de l'immeuble Publicis des Champs-Élysées, une centaine de personnes coiffées de chapeaux pointus, masquées pour certaines, trinquent au champagne et lancent des confettis et des ballons sur les passants. Ils sont salariés de Publicis, syndicalistes ou encore militants de Sauvons les riches et de Génération Précaire, et ont choisi l'ironie pour dénoncer le bonus de 16 millions d'euros accordé à Maurice Lévy. La journaliste de l'AFP alors présente recueille le témoignage d'un manifestant qui ne s'encombre pas d'anonymat. « Nous voulons fêter dignement cette rémunération. C'est un exemple flagrant que tout le monde n'est pas logé à la même enseigne : les salariés, eux, n'ont connu aucune augmentation

PHOTO ERIC LEGOUHY.

générale depuis des années », lit-on sur la dépêche où la citation est signée Éric Diemer, délégué CGT Info-Com chez... Publicis Consultants. Dans le secteur feutré des agences, ce type de sortie des « clous » est pour le moins rare. Qui est cet Eric Diemer qui ose briser la loi du silence ? C'est sans hésitation qu'il accepte de nous rencontrer quelques semaines plus tard, place de la Bourse, à deux pas de son agence.

À 52 ans, le créatif a fait toute sa carrière en agences. Après des débuts en 1982 dans l'équipe de Séguéla, il enchaîne les enseignes : Saatchi, Providence, Alizés, Amazonie, puis la Rochefoucauld dans laquelle il arrive au moment de son rachat par Publicis. L'agence qui entre temps est rebaptisée Corporate Factory est absorbée par Publicis Consultants en 2006. Trois ans plus tard, tout ce petit monde est réuni à Suresnes. Une période difficile se remémore Eric Diemer : « On est passés de la petite structure à la grosse usine ». Période qui marque le début de son engagement. Il devient alors délégué du personnel et s'élève contre « l'absence de droit à la participation » pour les salariés de Corporate Factory. C'est en 2010 qu'il devient délégué syndical. Il n'est pas le seul, même s'il s'agit d'un secteur où les taux de syndication sont très faibles. « Publicis Consultants compte une quinzaine de syndiqués sur 250, c'est dix fois plus qu'il y a dix ans. Dans l'ensemble du groupe Publicis, on comptabilise une soixantaine de syndiqués », comptabilise-t-il. Un engagement qui étonne souvent : « être représentant du personnel ou membre du CE, c'est une chose assez courante. Délégué syndical, et en plus CGT, c'est autre chose », lâche-t-il, dénonçant une « incompréhension basée sur une vision très passéiste qui voudrait qu'il appartienne à un syndicat avec lequel on ne peut dialoguer sans que ce soit la guerre ». La voix douce, le phrasé très posé, on voit mal le personnage dans un costume de belliciste. « J'aime mon boulot et je m'y investis totalement », lâche-t-il au détour de la conversation. Son regard est pourtant celui d'un enfant de pub quelque peu désabusé par la tournure prise par le métier mais qui veut croire que l'on peut changer les choses. « Quand on a 30 ans de pub derrière soi, il arrive un moment où se ressent un vrai besoin de faire avancer ce métier vers des règles plus sociales ». Le constant est sans appel : « on a assisté à une désacralisation de la pub. Il n'y a plus de paillettes, c'est devenu un métier comme les autres. Les gens qui entrent aujourd'hui dans la pub, même s'ils aiment la créa, le font avant tout pour gagner leur croûte, et sont, de fait, plus sensibles aux conditions de travail, de salaire ». Entre ses premiers pas dans le secteur et aujourd'hui, un vrai gap. « Les salaires ont sensiblement baissé à l'embauche. On voit maintenant des créatifs être embauchés au SMIC, et des commerciaux démarrer à 1 800 € bruts, même s'ils sortent d'une école de commerce. Y'a quand même un problème ! Ce n'est pas étonnant que les diplômés des grandes écoles désertent les agences et préfèrent aller chez l'annonceur. Publicis est pourtant une bonne école ». Dans les années 80, c'était une autre histoire : « on rentrait avec un salaire intéressant, et surtout on pouvait espérer le doubler dans les deux ans, c'était la règle ». Si à l'époque, il suffisait de « 3 semaines pour décrocher un job. Aujourd'hui, c'est 9 mois », explique-

Éric Diemer est directeur artistique senior chez Publicis Consultants, délégué syndical CGT depuis 2 ans.

t-il. Les conditions de travail ne font pas meilleure figure : « S'il y a plus de souffrance au travail, c'est en partie lié au fait qu'il faut faire plus dans un délai plus court et avec moins de gens. Un même service créa tourne aujourd'hui avec trente personnes contre une cinquantaine auparavant. Il y a un chargé de projet pour trois directeurs de clientèle, quand auparavant chacun avait le sien ».

**E**n sa qualité de directeur artistique senior, il touche aujourd'hui 4 000 euros nets mensuels. Et préfère ne pas se livrer au petit calcul qui viendrait à diviser le salaire de Maurice Lévy par le sien. Les 16 millions d'euros de bonus du président, il les a appris dans la presse. « J'ai été assez surpris. L'épisode intervenait alors que Maurice Lévy avait milité 6 mois auparavant pour un effort collectif des patrons dans la crise. Tout ce qu'il a pu dire avant est parti en fumée ». La déception : « C'est une personnalité plutôt appréciée par les gens de la première heure. J'avais jusque-là la vision d'un patron pas trop ostentatoire, un entrepreneur pas trop attiré par le pognon ». Première arme de mobilisation alors : les réseaux sociaux. La page Facebook qu'une poignée de syndicalistes avaient lancé lors de la négociation de la « prime Sarkozy », et baptisée : « 1 000 euros chez Publicis, c'est possible », est alors rebaptisée : « 16 millions d'euros chez Publicis, c'est possible ». L'idée de la distribution de cacahuètes au pied du groupe naît du commentaire d'un internaute, estimant que c'était tellement gros qu'il fallait « fêter ça. Et y aller avec des cacahuètes, vu que l'on ne nous laissait que cela ». « Le groupe est très sensible à ce qui se dit sur les médias et sur les réseaux sociaux », confirme-t-il. Peu après, Google lui révèle la portée de sa citation dans la fameuse dépêche AFP. Si à l'interne, on lui a juste « gentiment fait remarquer que ce n'était pas très malin vis-à-vis des clients ». A-t-il craint des représailles ? « Pas vraiment, rétorque-t-il. Si Publicis Consultants était dirigée de « main de fer » par Éric Giuily, à la nomination de Fabrice Fries son successeur en 2009, on a clairement senti une amorce de dialogue social, de dégel. Une sorte de perestroïka sociale », sourit Eric Diemer. Ce dernier n'a jamais eu l'occasion de rencontrer Maurice Lévy, son principal interlocuteur dans le cadre des négociations groupes. c'est Benoît Roger-Vassel, le DRH du groupe. Celui-ci est d'ailleurs pour le moins bienveillant avec le syndicaliste : « Éric Diemer est un homme courtois. Le dialogue se passe bien, dans des conditions agréables ». Qu'a-t-il pensé de la sortie médiatique d'Eric Diemer ? « C'est un signe de santé et de vitalité de notre dialogue social. Il a le droit de s'exprimer de la sorte dans le cadre de ses fonctions ». Tout ne va-t-il pour le mieux dans l'univers merveilleux des parties prenantes ? ■

**FOUZIA KAMAL**