

Une fusion déraisonnable !

Les directions de Publicis et d'Omnicon viennent d'annoncer la fusion de leurs groupes respectifs pour créer le premier acteur mondial de la publicité.

Cette méga opération, aussi séduisante soit-elle, cache avant tout une méga opération financière plutôt qu'une fusion pertinente et complémentaire.

Si, comme à son habitude dans ce genre d'opération, l'événement est présenté comme une bonne nouvelle, il est fort à craindre le contraire pour les salariés ou certains acteurs de la publicité.

Les économies d'échelle, le rapprochement ou la fusion des réseaux d'agences, l'optimisation des frais de structure, la réduction des coûts... autant de principes économiques qui vont générer pour les salariés des licenciements, des restructurations, des harmonisations par le bas des statuts ou des accords...

Sur le plan professionnel, cette opération marque également un tournant dans le secteur et le marché de la communication « made in France ». Les discours du gouvernement et de certains ministres sur la nécessité de préserver des marques françaises s'éclipsent en un éclair avec cette fusion. Ce nouvel ensemble sera, à n'en pas douter, à prédominance américaine dans de nombreux domaines. Quid de l'indépendance politique de la France ?

Ce mariage cache aussi, à terme, une standardisation, un appauvrissement de l'offre publicitaire et un marché aseptisé se répartissant entre deux mastodontes mondiaux en situation de monopole qui pourront, de plus, imposer leurs volontés... pour ne pas dire leurs

diktats ! Y compris aux médias dont la dépendance publicitaire est déjà une réalité incontournable et l'indépendance éditoriale fragile.

Selon nous, cette situation inédite appelle :

- une intervention du gouvernement et des autorités de la concurrence pour éviter toute situation de monopole en France et outre Atlantique.
- une intervention des salariés concernés pour construire une mobilisation face aux mauvais coups qui vont arriver : plan sociaux, recours abusif aux ruptures conventionnelles, externalisations... D'ailleurs des restructurations ont déjà commencées : PSE dans l'agence de communication officielle du gouvernement (Publicis Consultants, une première !), externalisations de certains services (DDB Link) ou vente d'agence (DDB Live), remise en cause du temps de travail et des accords RTT (Textuel La Mine et DDB Health), fusions de sociétés supposées ou à venir (Publicis Wam-Mundocom)...

C'est maintenant qu'il faut construire une action dynamique, efficace, pugnace et ne pas rester spectateur ou passif face à des choix qu'on nous présente comme inéluctables.

La CGT, première organisation à Publicis et Omnicon, première au niveau de la branche publicité et au niveau national, est disponible pour conseiller et organiser les salariés. Rejoignez-nous pour défendre, ensemble, nos emplois et nos droits.

LES DIRIGEANTS SONT DE GRANDS STRATÈGES POUR SATISFAIRE LES ACTIONNAIRES. SOYONS ORGANISÉS ET SYNDIQUÉS POUR SATISFAIRE NOS BESOINS ET NOS INTÉRÊTS.

INFO'COM-CGT PUBLICIS ET OMNICON :

Contact presse : Romain Altmann - 06 86 46 18 84

pub@infocomcgt.fr

Fanpage sectorielle : LaPubsAffiche

