

Intervention du Comité inter CGT lors de la rencontre avec M. Dreyfus, suite à l'annonce du plan de licenciements à Safari

Situation inquiétante dans le groupe **Le Monde**

La composition de la délégation (Info'Com-CGT, SIP-CGT, SPPS CGT, les représentants syndicaux de Safari, de M Publicité et de la SEM) démontre les fortes inquiétudes des salariés suite à vos annonces dans les différentes entités du groupe Le Monde et leur refus de voir appliquer certaines mesures.

Nous avons souhaité vous rencontrer pour aborder sur le fond la stratégie que vous semblez réserver aux entités du groupe Le Monde.

Plus particulièrement, l'annonce d'un plan de licenciements pour l'entité Safari mérite des éclaircissements de votre part. Nous contestons la mise en œuvre d'un tel plan qui sacrifie près d'un tiers des effectifs de Safari.

Les représentants du personnel interviendront au cours de cette réunion pour démontrer le manque d'anticipation et les incohérences stratégiques de la direction de Safari, qui n'a jamais pris en compte les alertes et les propositions des élus de cette filiale. Une écoute et une prise en compte de ces propositions auraient certainement permis de développer l'entreprise et d'éviter l'annonce de ce plan injuste et disproportionné au regard de la situation.

Force est de constater, qu'une fois encore, ce sont les salariés qui devraient payer de leurs emplois les manquements de cette direction qui, quant à elle, se trouve totalement épargnée.

Plus généralement, nous sommes très inquiets de la politique menée par le directoire du groupe Le Monde. Il y a encore peu, la politique sociale initiée par le groupe Le Monde faisait office de référence dans la profession.

Au cours de ces derniers mois, les différents plans sociaux et annonces de la direction du groupe Le Monde font voler en éclat cette politique sociale pour laquelle les syndicats se sont battus et à laquelle sont fortement attachés les salariés du Monde.

Votre politique sociale se résume à l'annonce de plans de licenciements et à la remise en cause d'acquis sociaux. Ces annonces interviennent alors que pour la première fois, depuis 10 ans, les activités du groupe génèrent un bénéfice de 3 millions d'euros.

Ces annonces provoquent un fort mécontentement des salariés dans toutes les entités du groupe :

- plan social d'une large ampleur pour l'imprimerie sans dessiner de perspectives pérennes pour l'outil industriel du groupe Le Monde,
- Volonté de supprimer 16 jours de RTT pour les journalistes de la SEM,
- mercredi l'annonce probable d'un nouveau plan dans la régie MPublicité.

La CGT n'acceptera pas que le groupe Le Monde devienne le fer de lance du démantèlement du cadre social de la profession.

SAFARI

Concernant plus spécifiquement Safari, le résultat net 2012 fait apparaître un déficit de 28.500 euros (comprenant un loyer et le remboursement de la moitié de la rémunération du directeur général).

Les mesures drastiques que vous annoncez en regard du déficit constaté sont disproportionnées :

- 5 suppressions d'emplois,
- une double peine pour les salariés restants : ceux-ci devraient se substituer aux départs en voyant leur charge de travail augmenter et voir par la même occasion leurs acquis

DÉCLARATION



sociaux réduits de manière importante (12 jours de RTT et une semaine de congés supprimés).

A différents niveaux le plan présenté apparaît incohérent :

- la suppression du directeur de clientèle et du responsable clientèle décime la force de frappe de Safari. Comment espérer trouver de nouveaux marchés et de nouveaux clients en privant Safari de ces deux fonctions vitales ?
- la suppression de deux maquettistes ne permettra pas de répondre aux appels d'offres en termes qualitatifs et de réactivité ;
- la suppression du directeur de la création risque d'enlever toute originalité permettant de capter l'intérêt des annonceurs et du futur travail lié au Groupe (M Publishing).

Enfin, nous refusons de voir les acquis sociaux (RTT et jours de congés) des salariés du groupe Le Monde être remis en cause sans autre forme de procès. Que ce soit à la SEM ou à Safari, les organisations syndicales et les salariés n'acceptent pas votre politique, Monsieur Dreyfus.

NOS PROPOSITIONS POUR SAFARI

Il ne s'agit pas simplement de s'opposer et de contester l'ampleur de ce plan que nous jugeons incohérent.

Contrairement à M. Cyril Gardère qui n'a jamais pris en compte les avis des salariés de l'agence, nous espérons que vous serez attentif aux propositions que nous formulons afin de dessiner un autre avenir pour Safari et ses salariés.

1. Nous revendiquons une intégration de TOUS les salariés de Safari au sein de M Publicité.

Cette stratégie serait pertinente économiquement et permettrait le repositionnement des missions de Safari au sein de M Publicité.

Cela permettrait d'envisager une mutualisation des compétences des salariés des deux entités en favorisant la mise en place d'une cellule de création et en privilégiant des synergies commerciales.

Cette cellule de création et l'apport d'un renforcement de la force de vente deviendrait ainsi un secteur à part entière du groupe Le Monde. Celui-ci pourrait mettre ses compétences et son savoir-faire au service de l'ensemble des entités du groupe en terme de créations publicitaires.

Vous semblez souhaiter diversifier les activités du groupe vers l'événementiel : ce secteur serait en capacité d'être créatif pour valoriser les différentes manifestations de promotion et de création lors des différents événements (salons, promotion des titres, événements thématiques, manifestations culturelles, forums...).

2. Engager une véritable réflexion stratégique sur le rôle et l'avenir des entités.

La mise en œuvre d'un plan de licenciements sans avoir au préalable engagé une réflexion sur une intégration de Safari au sein de M Publicité sur la base des solutions proposées ci-dessus nous fait craindre un manque de vision stratégique pour l'avenir des entités.

La présentation de votre plan s'appuie sur une situation conjoncturelle et sur un déficit de 28.500 euros pour l'exercice 2012.

Selon Omnicom Media Group, les investissements publicitaires devraient cesser de chuter en 2014. Cette tendance à la reprise du marché publicitaire et votre volonté à vouloir diversifier les recettes du groupe Le Monde nécessitent une autre approche que la mise en œuvre d'un plan de licenciement.

Dans le cas d'une reprise du marché publicitaire, la donne change. C'est sur cette logique de reprise et sur les nouvelles missions des entités que la réflexion stratégique doit être portée.

Annoncer des licenciements ou la perte d'acquis sociaux dans pratiquement tous les services et tous les étages du groupe crée du mécontentement et éloigne les salariés de l'élan nécessaire aux évolutions structurelles à mettre en œuvre dans la période.