

RÉORGANISATION DES RÉGIES PUBLICITAIRES

Quel avenir pour Précom ?

Les rapprochements de PRECOM et de Ouest France Multimédia (OFM) encadrés par une holding sous le nom de code Média Com et le départ brutal d'Hebdos Com de notre régie publicitaire vers Publihebdos ne sont pas des événements anodins..



DES CONSÉQUENCES SOCIALES PRÉOCCUPANTES

D'après la direction, ce jeu de mécano, réunissant les équipes de Precom et d'OFM auraient pour seule finalité la commercialisation de solutions Bi-Média plus proche des attentes des clients. Qui espère t-on leurrer ?

C'est avant tout une politique de sacrifices pour tous les salariés qui se pointe à l'horizon et qui ne veut pas dire son nom. Il est d'ailleurs pour le moment impossible de mesurer son coût humain. On l'a vu récemment dans l'actualité avec la politique de réorganisation de la société So Local (Pages Jaunes). C'est un marché de dupes !

Mais le cœur du problème réside dans la baisse de nos revenus publicitaires depuis 2012. La machine à cash du groupe SIPA Ouest France est en panne. Précom accuse des pertes récurrentes. De plus, malgré les bons résultats du web et de la régie Radio, notre régie est impuissante à compenser ces pertes qui s'accroissent au fil des mois.

Ces mauvais chiffres et cette stratégie inadaptée, accablent le Groupe à prendre des solutions radicales sur le dos des salariés.

UN DÉMANTÈLEMENT QUI NE DIT PAS SON NOM

Pourquoi ces opérations ? HEBDOS COMMUNICATION, filiale de Précom est brutalement absorbée par PubliHebdos. Sa mission est de commercialiser des espaces publicitaires des hebdomadaires du groupe Publihebdos. L'objectif est de renforcer le groupe de presse au dépend de Précom. On peut aisément penser que ces agissements ne sont pas le fruit du hasard. Le cas Hebdos Com peut être reproduit pour d'autres filiales de Précom, et pourquoi pas céder au plus offrant à des entreprises extérieures au Groupe. Avec la mise en place sous le nom de code Média Com, le transfert de salariés vers une autre filiale et la décomposition en Business Unit (l'Automobile, l'Immobilier, l'Emploi, les Commerces de proximité, les Obsèques, les Légales) va-t-on dépecer chaque filiale une à une la régie publicitaire Précom ? Qui seront les prochains sur la liste ?

UNE CONVENTION COLLECTIVE EN SUSPENS ?

Les salariés s'interrogent sur le possible raboutage des acquis sociaux chez Précom comme la suppression de la convention collective de la publicité. En effet, aujourd'hui personne ne peut affirmer qu'un basculement brutal vers la convention collective Syntec n'est pas à l'étude, même si la direction dément cette hypothèse.

Pour rappel, la convention collective est un document essentiel qui régit les relations de travail dans une entreprise. Elle permet de compléter les règles du droit du travail d'une manière « mieux distante ».

Cette opération serait défavorable pour tous les salariés de Précom puisque la Syntec est une « convention au rabais ». Ce bouleversement radical serait donc un mauvais coup. Force est de constater encore une fois, que la direction est toujours guidée par un seul but : réduire les coûts salariaux et faire des économies sur le dos des salariés.

PRÉCOM DE PLUS EN PLUS FRAGILISÉE

Comment le gâteau publicitaire sera-t-il partagé dans ce nouveau montage ? Comment l'arbitrage concernant la fixation des règles de partage de marge entre les éditeurs (OUEST-FRANCE et JDLOs) et MEDIA COM (Precom, OFM et Hebdos Com) se fera-t-elle ? Assiste t-on à un siphonage des ressources de Précom. Les réponses sont dans cette manœuvre. La finalité de ce nouvel assemblage ne serait elle pas de favoriser encore plus Ouest France au dépend de ses régies publicitaires ? Il faut donc sauver le soldat Ouest France coûte que coûte !!! De plus, quel sera le coût de l'acquisition

des 20% détenus par Sofiouest dans Précom ? Un élément supplémentaire pour déstabiliser encore plus notre entreprise.

ALERTE SUR L'EMPLOI CHEZ PRECOM

Cette réorganisation n'a qu'un seul but, réaliser des économies à court terme au détriment à la fois des salariés des régies publicitaires mais aussi de Précom.

La « mutualisation » des forces de vente et des autres ressources, avec un seul interlocuteur pour permettre de commercialiser auprès des annonceurs des doubles solutions print et web.

Cette étape est la première phase de destruction des emplois et du savoir-faire reconnu par nos concurrents et nos clients.

La rationalisation des fonctions supports (comptabilité, marketing, services généraux et la DSI etc..) seront également durement touchés par ce processus de déconstruction, faute de trouver une nouvelle stratégie innovante. Ceux qui resteront devront absorber le travail de ceux qui sont partis.

Tout cela n'est qu'un leurre et ne va pas fonctionner. Cela va démotiver les équipes de Précom qui sont la force du Groupe. Nous accusons la direction

de ne pas vouloir trouver une solution par le haut, innovante et tous ensemble.

De plus, elle envisage sérieusement de déplacer des salariés de Précom vers OFM. Consciente que tout le monde ne suivra pas.

Quelles conséquences pour nos collègues, pour l'avenir de leur

emploi, de leurs conditions de travail, et de leurs salaires ?

Le maître mot de la direction « Gagner en compétitivité, et en efficacité » signifie fragiliser encore plus l'emploi et notre entreprise. Face à des revenus publicitaires sur le Print en chute libre, la direction serait elle tenté par une solution de facilité qui n'a fonctionné nulle part, c'est-à-dire repositionner Precom vers encore plus de digital et moins d'emploi ?



NOS SOLUTIONS

Devant ces mutations sociales annoncées, INFO'COM-CGT propose :

- 1 Une gestion prévisionnelle des emplois et des compétences (GPEC) permettant de préserver les emplois
- 2 Mettre en place des plans de formation ambitieux.
- 3 Des solutions alternatives pour affronter les enjeux d'avenir.

NOUS SUIVRE

COURRIEL : pub@infocomcgt.fr

SITE : <http://www.infocomcgt.fr>

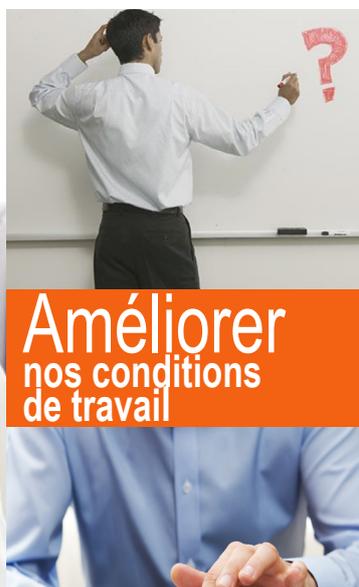
YOUTUBE : <http://lc.cx/KAa>

FACEBOOK : <http://lc.cx/KAL>

TWITTER : <http://lc.cx/KAb>



Se faire entendre



Améliorer nos conditions de travail



Construire un avenir



Défendre nos emplois