

MAGAZINE D'INFORMATION DES SALARIÉS DE PUBLICIS

GRRRRRRRR

QUE NOUS
RÉSERVE
L'APRÈS
LÉVY ?



QU'EST CE
QU'IL DIT ?

le lion rugissant

INFO'COM-CGT

N°6

2017 - L'APRÈS-LÉVY

ET VOUS DANS TOUT ÇA?

LE TRAVAIL COMPLÈTEMENT CHAMBOULÉ

Publicis prépare activement la succession de Maurice Lévy qui doit quitter la présidence au printemps 2017. Le comité de nomination devrait annoncer le nom de son successeur en février. De nombreux signes attestent qu'Arthur Sadoun, déjà à la tête de tous les réseaux créatifs (Publicis, Marcel, Leo Burnett, Saatchi & Saatchi, MSL, BBH...) semble le mieux placé. Après avoir connu des restructurations tous azimuts ces dernières années et particulièrement en 2016, les salariés du groupe vont voir en 2017 l'organisation et les conditions de leur travail continuer à profondément évoluer. Et forcément, pas vers le meilleur...

LES CRISES ET LA SITUATION DE L'EMPLOI TRANSFORMENT PETIT-À-PETIT LA CONCEPTION MÊME DE L'EMPLOI - L'ARRIVÉE DU TRAVAIL 3.0

Tout est fait pour que le marché de l'emploi ne redevienne jamais celui qu'il était avant la crise de 2008. Comme l'affirme un investisseur dans l'économie numérique : « Le salariat a un avantage : il est mieux couvert par la protection sociale », mais il ajoute : « l'orientation de l'économie aujourd'hui crée des emplois non salariés dont l'enjeu va être de réussir à étendre leur protection sociale. Sinon, l'économie va continuer à progresser dans une grande injustice... »

Emploi stable, protection sociale, salaire décent, carrière assurée, stabilité... ces notions sont aujourd'hui battues en brèche par les grands groupes comme Publicis qui, à coup de restructurations massives et de mise au rebut des salariés « senior » et/ou non « digital native », mettent en place un nouveau modèle d'emploi : le travail 3.0.

Le travail 3.0, c'est une combinaison de travail à la demande et de travail distant, au sein d'équipes de plus en plus virtuelles. Ce type de travail connaît un essor inquiétant. Il a changé la façon dont les agences choisissent leurs besoins en personnel et répartissent leurs effectifs au sein d'équipes constituées de moins en moins de salariés fixes et de plus en plus de prestataires extérieurs ou de salariés « volants ».

Avec le travail 3.0, l'employeur n'est plus limité à recruter dans sa région. Il ouvre ses recherches à tout un continent (et parfois même au monde entier). Seuls la compétence et le besoin ponctuel de la personne recherchée comptent. Et la rémunération est fonction de la prestation ponctuelle.

On le voit tous les jours : les frontières entre les différentes entreprises du groupe Publicis s'effacent de plus en plus ; des plate-formes se mettent en place autour de grands clients (L'Oréal, Renault, Orange...) regroupant des gens venus de tous horizons (salariés de différentes agences du groupe, prestataires extérieurs et maintenant personnels venus de chez le client). Avec l'apparition d'un méga trafic groupe, Publicis essaie d'utiliser à l'extrême les mises à disposition de salariés d'une entreprise à une autre pour boucher le moindre trou. Pas dans le but de favoriser une mobilité intéressante pour la carrière de chacun, mais bien dans le but d'utiliser la main-d'œuvre avec une rentabilité maximale. Dans des conditions qui, bien souvent, contournent la législation en vigueur (voir encadrés « détachés »).

UN TRAVAIL DE SAPE PROGRESSIF DES FONDEMENTS DE LA RELATION EMPLOYEURS-SALARIÉS

Pour nos patrons, l'arrivée du digital est l'aubaine qui remet en cause le salariat et plaide pour une « ubérisation du Code du travail ».

À l'aide d'une simple connexion et d'une application, tout un chacun peut travailler n'importe où, n'importe quand. Pourquoi nos employeurs ne profiteraient-ils donc pas de cet encouragement au travail

indépendant qui permet une remise en cause des droits sociaux et une précarité généralisée ?

L'évolution de l'organisation du travail en cours déstabilise tout, y compris nos cadres traditionnels de pensée. S'il est difficile de prévoir jusqu'où ira cette transformation, une chose est sûre, elle va vite et semble inéluctable. Pour le pire, pour le moment.

Les plates-formes vont pouvoir généraliser le crowdsourcing (appel à la foule interne ou extérieure à l'entreprise) qui permet de mettre en concurrence une foule d'« experts », créatifs ou non. Tous peuvent concourir, mais seuls quelques élus décrochent le Graal : la sélection de leur travail et une éventuelle rémunération fondée sur des critères variables. L'ubérisation du travail va avoir ce goût très amer, celui du retour aux travailleurs payés à la tâche.

DES RÉMUNÉRATIONS QUI NE CESSENT DE BAISSER

« Tout travail mérite salaire », disaient nos grands-mères. Pas sûr qu'elles s'y retrouveraient dans le monde qui s'annonce. La quasi-totalité des gens connectés, qui partagent et produisent des contenus et des données, donc de la valeur, sont le plus souvent des travailleurs qui s'ignorent. « Le "digital labor" est la manifestation la plus surprenante de la transformation du travail. Ce travail implicite des utilisateurs de plates-formes est souvent rémunéré de façon précaire, voire pas du tout. » Pendant ce temps, des hordes de jeunes diplômés qui peinent à trouver un emploi se voient offrir, quand il y en a, des jobs salariés de moins en moins bien payés. Concurrence des « indépendants » oblige. Les salaires de certaines fonctions ont ainsi baissé de plus de 10 % en 10 ans au sein de Publicis.

UN DIALOGUE SOCIAL QUI S'APPAUVRI

L'entreprise et le salariat reposaient jusqu'à présent sur une unité de temps, de lieu, d'action. Aujourd'hui, entre les différentes entreprises auxquelles on peut être confronté, les différents lieux de travail et le domicile, les frontières sont devenues poreuses.

Avec une telle atomisation du travail, que devient le dialogue social ? Les échanges entre représentants des salariés et directions sont loin de s'améliorer. Les nouvelles organisations sont un rouleau compresseur qui écrase les droits des salariés.

Avec le flou savamment entretenu qui masque l'appartenance des salariés à une entité juridique claire (quelle est mon entreprise ? quel est mon employeur ?), il n'y a plus de repères sociaux. Il est très difficile de s'y retrouver et de décrypter une situation sociale claire. Donc très difficile de mettre au point des revendications et d'établir un climat de confiance avec un employeur « fantôme ». Le risque majeur est bel et bien la désagrégation progressive du dialogue social.

TOI JE VAIS
T'ENVOYER
LA-BAS

BAH OUAIS
MON POTE



2017 - L'APRÈS-LÉVY

ET VOUS DANS TOUT ÇA ?

PUBLICIS POWER FOR ONE 2.0

On dit aux clients qu'ils auront tout, tout le temps, partout. On nomme une vingtaine de CCO, des CRO chargés des grands comptes. Puis, on crée des structures artificielles, souples, sans ADN : les plateaux. Qui mixtent les expertises technologique, média, digital, social, e-commerce et aussi client. Puis, on donne à ces plateaux le pouvoir de commander à la demande des collaborateurs dans les agences. Agences qui deviennent en partie centres de ressources, qui facturent la main-d'oeuvre détachée le temps d'une compétition, d'une mission ou d'un projet.

Publicis, lancé sur son nouveau modèle de rentabilité, est comme Uber qui s'ubérise, grâce aux économies de synergies agence et client (duplication), aux économies sur les itérations (allers-retours), aux économies liées aux consolidations diverses, à une production plus pointue. Bref, un vrai bolide... sur le papier.

Mais ça ne va pas assez vite, pas assez loin pour le groupe qui, malgré l'annonce de la restructuration « Power for one », malgré la destruction des anciens silos, malgré la fusion des réseaux créatifs, malgré la mutualisation des pertes et profits sous un seul compte d'exploitation, continue à perdre des parts de marché au profit de la concurrence. Damned.

Alors, le groupe accélère à l'aveugle et dans l'urgence, essaie de déployer un « modèle » RH calqué sur le modèle financier du « Power for one », faisant très souvent fi des lois applicables en la matière en France, s'obstinant, après une fusion loupée, à faire supporter aux salariés des choix stratégiques incertains.

Ainsi, les demandes de détachements ou mises à disposition se multiplient :

- des salariés sont envoyés en « mission » pour une semaine, un mois ou plus dans une autre agence. Reçus comme des intérimaires, maltraités comme des intérimaires. Avec une logistique au-dessous de tout... (voir page 6 « Détachement blues ») ;
- des salariés sont basculés sur deux entités en même temps : détachés la moitié de leur temps dans une boîte, l'autre moitié chez leur employeur d'origine (Mediatransports) ;
- des salariés sont détachés définitivement, à l'année, sur des plateaux dédiés à un client unique. Ils sont avec d'autres détachés d'autres entités. Loin de leur agence d'origine, de leurs représentants élus, de leur RH, de leur administratif... (Plateau L'Oréal à Paris Bastille, plateau SFR à Suresnes). Tout cela, sans aucun bénéfice particulier pour les collaborateurs concernés.

Tout le monde baisse la tête et tout le monde oublie que le contrôle des coûts n'est pas le vrai problème de Publicis (meilleur dans ce domaine que Omnicom, Interpublic, WPP et Havas) car son vrai problème est celui du revenu. Damned. Again.

Le nouveau site de Paris-Bastille, Paris Square, qui regroupe, outre la pôle Publicis Media et le pôle Digital, la plate-forme entièrement dédiée à L'Oréal. Constituée exclusivement de personnels détachés « à l'année ».





LES DÉTACHEMENTS!

Le détachement, appelé aussi mise à disposition ou prêt de main d'œuvre à titre non lucratif, recouvre des situations où le salarié est affecté au service d'une autre entreprise sans rompre le contrat de travail initial.

Le salarié continue d'appartenir au personnel de l'entreprise prêteuse et, à ce titre, il continue de bénéficier de l'ensemble des dispositions conventionnelles de celle-ci.

L'ancienneté du salarié n'est pas interrompue par son détachement. Pendant la période de mise à disposition, son contrat de travail ne peut ni être rompu ni être suspendu.

Ces opérations sont strictement encadrées par les textes en ce sens qu'elles doivent impérativement être à but non lucratif.

Le cadre législatif est donné par les articles L. 8241-1 et L. 8241-2 du Code du travail. L'article L. 8241-1 du Code du travail interdit le prêt de main-d'œuvre à but lucratif sauf dérogations précises :

- travail temporaire,
- portage salarial,
- entreprise de travail à temps partagé,
- exploitation d'une agence de mannequins,
- associations/sociétés sportives régies par le Code du sport (article L. 222-3).

Le détachement, mis à disposition ou prêt de main-d'œuvre à but lucratif est, en dehors de ces exceptions, pénalement sanctionné car on tombe sous le coup de l'interdiction du prêt de main-d'œuvre illicite et du délit de marchandage qui se définit comme toute opération à but lucratif de fourniture de main-d'œuvre (1) qui a pour effet de causer un préjudice au salarié qu'elle concerne (2) ou d'éluder l'application de dispositions légales ou de stipulations d'une convention ou d'un accord collectif de travail (L. 8231-1 du Code du travail).

Deux conditions du délit de marchandage :

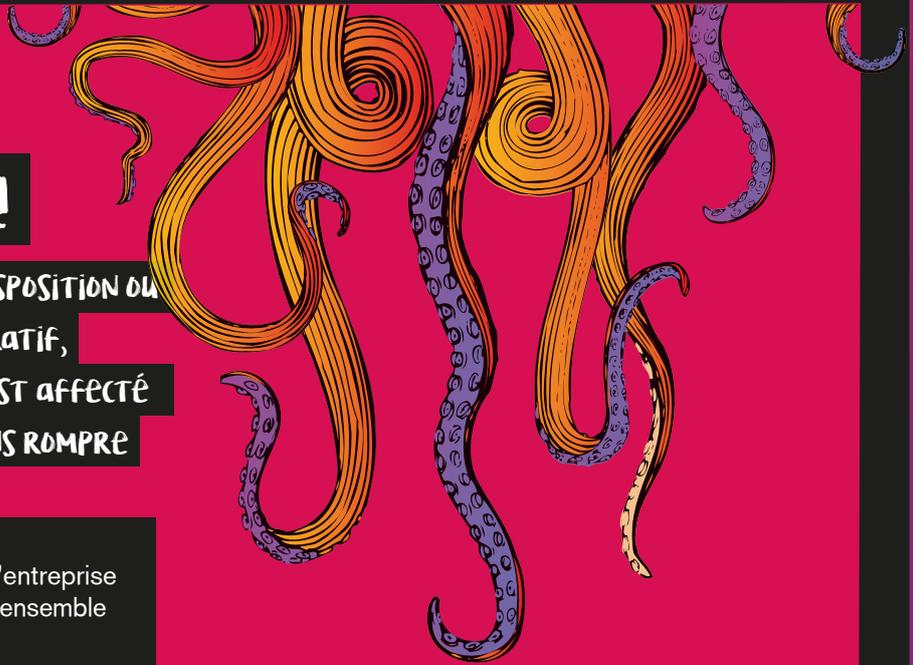
(1) Le but lucratif de l'opération (qui sera le même que celui du prêt de main-d'œuvre illicite cf développement ci-dessous).

(2) Le préjudice du salarié résulte de la non-application des dispositions légales ou de stipulations d'une convention ou d'un accord collectif de travail car en effet la Cour de cassation considère qu'il perd un avantage.

(1) Le but exclusif du prêt de main-d'œuvre : c'est-à-dire que prêt n'a qu'un seul objet : celui de prêter du personnel. Le juge recherche si la fourniture de personnel est nécessaire à la réalisation des travaux demandés ou à la prestation de service demandée.

C'est ce critère du but exclusif du prêt de main-d'œuvre qui permet de distinguer le prêt de main-d'œuvre illicite du contrat de sous-traitance où certes le prêt de main-d'œuvre est à but lucratif, mais il a pour finalité la transmission d'un savoir-faire ou d'une technicité spécifique à l'entreprise prêteuse, et non le prêt de personnel (cass. soc. 9 juin 1993, n° 91-40.222).

(2) Quant au but lucratif de la fourniture de main-d'œuvre, il est retenu chaque fois que le personnel est mis à disposition d'une entreprise utilisatrice dans l'objectif d'en retirer un bénéfice ou un gain pécuniaire.



En dehors de ces hypothèses, le détachement, mise à disposition ou prêt de main-d'œuvre est autorisé dès lors qu'il revêt un but non lucratif. Et dans ce cas, c'est l'article L. 8241-2 du Code du travail qui le règlemente.

Depuis la loi du 28 juillet 2011, toute mise à disposition (détachement, prêt de main-d'œuvre) nécessite l'accord du salarié. Par conséquent l'entreprise qui détache le salarié doit lui faire signer un avenant à son contrat de travail et ce, même si le contrat d'origine prévoit une clause de mobilité.

L'avenant au contrat de travail doit préciser le travail, les horaires, le lieu d'exécution du contrat ainsi que les caractéristiques particulières du poste.

Le salarié est rémunéré par l'entreprise de détachement : sauf stipulation contraire mentionnée dans la convention passée entre l'entreprise d'origine et l'entreprise d'accueil, les salaires et des cotisations sociales sont payées par l'employeur d'origine qui se fait rembourser par l'entreprise d'accueil étant précisé que l'entreprise d'origine ne peut demander le remboursement que du montant du salaire et des charges sociales car, autrement, le prêt ne serait plus à but non lucratif.

Il faut également une convention entre l'entreprise d'origine et l'entreprise d'accueil mentionnant la durée de la mise à disposition, l'identité et la qualification du salarié concerné, le mode de détermination des salaires, des charges sociales et des frais professionnels qui seront éventuellement facturés à l'entreprise utilisatrice par l'entreprise prêteuse.

L'entreprise qui détache et le salarié détaché peuvent prévoir une période probatoire au détachement au cours de laquelle les parties conviennent qu'il peut être mis fin à la mise à disposition du salarié à la demande de l'une ou l'autre des parties, sans que cela ne puisse, sauf faute grave, constituer un motif de licenciement ou de sanction (art. L. 8241-2, C. trav.). Cette période probatoire est généralement prévue lorsqu'un élément essentiel du contrat de travail est modifié.

EN CE QUI CONCERNE LA PROTECTION DU SALARIÉ :

Le salarié ne peut pas être sanctionné, licencié ou faire l'objet d'une mesure discriminatoire pour avoir refusé sa mise à disposition (art. L. 8241-2, C. trav.). En effet, si le salarié refuse, l'entreprise ne peut pas le licencier sur ce motif de refus. (cass. Soc. 15 juillet 1998, n° 97- 43985 ; cass. Soc. 12 avril 2005, n° 02-46401).

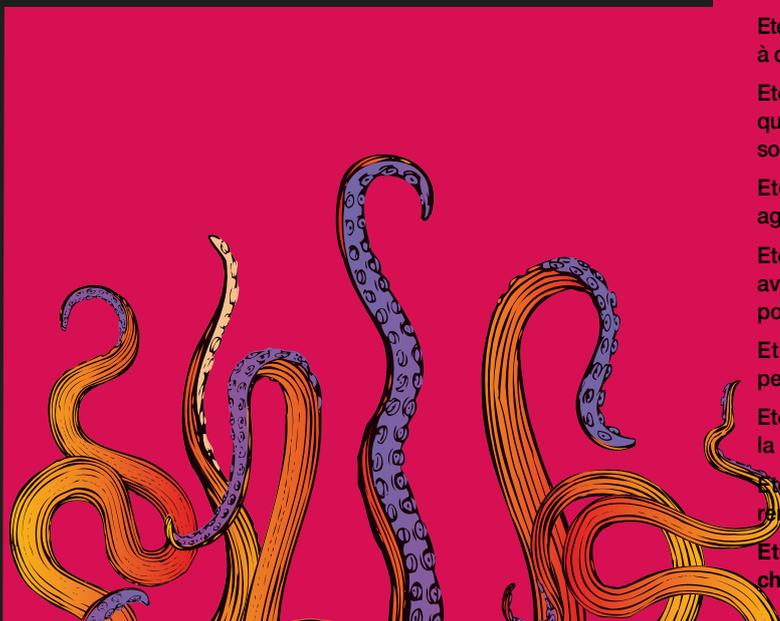
Généralement, l'employeur invoque le motif économique l'ayant conduit à devoir mettre en œuvre cette modification du contrat.

La mise à disposition n'a aucune incidence sur la protection dont un salarié peut bénéficier au titre de ses mandats représentatifs.

Le comité d'entreprise ou, à défaut les délégués du personnel de l'entreprise prêteuse doivent être consultés préalablement à la mise en œuvre d'un prêt de main d'oeuvre et informés des différentes conventions signées. A cet égard, l'article L. 8241-2 du Code du travail parle bien d'un prêt de main-d'œuvre. Par conséquent, selon ce texte, le CE doit être consulté préalablement pour chaque prêt de main-d'œuvre. En pratique, si l'entreprise envisage plusieurs mises à dispositions en même temps, on imagine que ces mises à dispositions feront l'objet d'une seule réunion CE où celui-ci devra néanmoins émettre un avis par salarié, pour chaque prêt de main-d'œuvre.

Le CHSCT de l'entreprise prêteuse doit également être informé lorsque le poste occupé dans l'entreprise utilisatrice par le salarié mis à disposition figure sur la liste des ceux présentant des risques particuliers pour la santé ou la sécurité des salariés mentionnée au second alinéa de l'article L. 4154-2 du Code du travail.

Le comité d'entreprise, la DUP, le CHSCT ou à défaut les délégués du personnel de l'entreprise utilisatrice sont également informés et consultés préalablement à l'accueil des salariés mis à disposition de celle-ci (art. L. 8241-2, C. du trav.).



DÉTACHEMENT BLUES

Véçu par quelqu'un qui en a fait l'expérience...

Etes-vous prêt à faire vos cartons du jour au lendemain ? Suresnes, Saint-Denis, l'Etoile, la Bourse, Bastille... Le groupe est grand et l'Ile-de-France offre des paysages variés. RER, navette, métro, vous ne connaîtrez plus jamais la routine.

Etes-vous prêt à arriver dans une agence où personne ne vous connaît et où personne ne cherchera à vous connaître ? Car vous n'êtes que passage. Il arrive que l'on présente les recrues par news interne, mais pas vous. On vous a sifflé pour une urgence. Vous allez très vite disparaître du paysage.

Etes-vous prêt à être obligé de réclamer 20 fois votre badge, votre place de parking, votre téléphone, votre accès à la cantine, vos codes informatiques à la personne qui s'en occupe ? Encore faut-il trouver la bonne personne qui s'en occupe...

Etes-vous prêt à prendre les « sales boulots » en urgence, les queues de budget, les compétitions foireuses et à accepter d'être jugé par des managers qui pourront passer leurs nerfs sur des créatifs de passage ?

Etes-vous prêt à trifouiller dans un ordinateur abandonné dans un coin pour retrouver des fichiers qui ne répondent pas à votre propre organisation, ne pas disposer de la charte et à ne pas connaître les besoins du client sur lequel vous êtes missionné ?

Etes-vous prêt à vous planter et replanter car vous aurez été briefé à la hâte sur un coin de table par la où le stagiaire qui est la seule à vous parler ? On vous l'a dit, il y a urgence, vous n'êtes que de passage.

Etes-vous prêt à ne jamais plus rien mettre dans votre book ? Un e-mailing et deux trois annonces presse moches. D'ailleurs, si par bonheur, vous arrivez à rendre le projet intéressant, il y a de grandes chances pour que le DC le reprenne à son compte et au compte de son agence. A lui les shootings, les tournages, les prix et les honneurs qui vous ont motivé...

Etes-vous prêt à ne pas être dans la mailing-list de l'agence, à manquer tous les événements où sont invités vos voisins et à déjeuner seul d'un sandwich dans un quartier qui vous sont inconnus ?

Etes-vous prêt à passer vos soirées plusieurs fois par mois, ou les week-ends, car c'est pour un « gros bouzin » qu'on vous a sifflé ? Qui a déjà usé tout le monde dans l'agence qui vous « accueille ».

Etes-vous prêt à ne pas avoir accès au serveur ou à l'imprimante car personne ne savait que vous arriviez ? A ne pas avoir de ligne téléphonique, à ne plus recevoir de courrier ? A avoir une adresse mail ne correspondant jamais à l'agence dans laquelle vous travaillez ?

Etes-vous prêt à ne pas avoir d'entretien d'évaluation, à ne pas savoir à qui demander une formation, encore moins une augmentation ?

Etes-vous prêt à constater que les RTT imposées dans la boîte qui vous paie ne correspondent pas aux RTT imposées dans votre société d'accueil ? D'ailleurs, les accords 35h ne sont pas les mêmes.

Etes-vous prêt à ne poser vos vacances que lorsque aucune agence n'aura besoin de vous ?

Etes-vous prêt à ne toucher aucune participation même si vous avez participé à toutes les compétitions du groupe en tant que pompier de service ?

Etes-vous prêt à ne pas avoir d'instance représentative du personnel, pas de CE, ni œuvres sociales ?

Etes-vous prêt à recevoir votre avenant de détachement après la mission accomplie ?

Etes-vous prêt à avoir tous les inconvénients d'un free mais à renoncer à tous les avantages que le statut peut proposer ?

Etes-vous vraiment prêt ? Non ? Alors rejoignez-nous pour changer ces réalités qui se généralisent... <https://goo.gl/bZMNA>

Enième réorganisation et licenciement chez Publicis Consultants

Rentrée encore agitée pour Publicis Consultants, à l'issue du plan de départs volontaires lancé en juin 2015 et terminé depuis fin septembre 2016.

Devant l'agence : rassemblement de soutien à Serge Hoffman, directeur artistique de Verbe-Publicis Consultants, licencié pour « insuffisance professionnelle » au terme de ses mandats de représentant du personnel. Tout cela sur fond de énième réorganisation : fin de l'activité « communication corporate » et non-départ de l'agence Verbe qui ne rejoint plus l'agence Relaxnews, malgré des mois de tractations.



TEST GRANDEUR NATURE DE PRÊT DE PERSONNEL ENTRE MEDIAGARE/MEDIARAIL ET METROBUS



Sans tambour ni trompette, voici ce qui vient de se passer dans l'entité Médiatransports (filiale Publicis). Vingt-cinq personnes des services Marketing sur trente-six, sans concertation préalable, se voient dans la quasi-obligation d'accepter des avenants de travail leur imposant 60 % de leur temps pour leur entité et 40 % pour Métrobus. Cela dans un premier temps pour une durée de deux ans. Certes, le CHSCT et le CE ont été concertés (ou plutôt mis devant le fait accompli), Info'Com-CGT s'est abstenu en demandant davantage de précisions et de clarté, mais l'UNSA a rendu un avis favorable sur le fond en demandant des modifications sur la forme des avenants. De toute façon, l'avis sur le fond suffisait, les avenants se traitant directement avec les intéressés.

Renseignements pris auprès des avocats, il faut être extrêmement attentif sur les avenants, car ce type de contrat de mise à disposition, bien qu'étant encadré par des lois, peut éventuellement se retourner contre le-la salarié.e. **(Ne pas le signer ne signifie pas licenciement).**

Au-delà de ces aspects juridiques, nous devons nous poser la question : « Jusqu'où va-t-on aller » ? Sommes-nous devenus des pions que nos sociétés vont déplacer à leur guise ? Allons-nous devenir de vulgaires bouche-trous ?

Ce premier test (ou plutôt tour de passe-passe) réussi, va-t-on l'étendre à tout le groupe ? Soyons vigilants pour ne pas finir « intermittents » chez Publicis !



INFO'COM-CGT REMPORTE HAUT-LA-MAIN LES ELECTIONS CHEZ PUBLICIS ETO

100 % représentativité d'Info'Com-CGT ! C'est le résultat obtenu par la liste syndicale Info'Com-CGT à Lille chez Publicis ETO. 5 élus sur les 9 élus du CE.

Pour rappel :

- à partir de 50 % de représentativité syndicale (ce qui est le cas avec Info'Com-CGT puisqu'on a atteint les 100 %), c'est le résultat minimum nécessaire pour qu'un syndicat puisse contester, seul, un accord signé et éviter ainsi qu'il soit appliqué dans l'entreprise ;
- défendre les salariés de Publicis ETO, en veillant en permanence à la garantie des droits, des accords d'entreprise et des emplois, en particulier en cette fin des trois ans de rachat de Publicis ETO par le groupe.
- agir pour des augmentations salariales collectives lors des négociations annuelles obligatoires.

PRODIGIOUS WAM : DEUX AFFAIRES EMBARASSANTES POUR LA DIRECTION



Chez WAM, forts de leur premier « vous aurez des nouvelles de notre avocat », les représentants du personnel sont en passe de prendre une carte de fidélité chez ledit avocat. En effet, suite au refus de la direction de verser l'argent dû au CE suite à une « erreur de calcul », le CE s'est lancé dans une procédure judiciaire qui risque d'être longue et riche en péripéties, histoire de récupérer quelques dizaines de milliers d'euros. Ce qui, à l'échelle d'un salaire de Babeth, n'est certes pas bézef, mais bon, c'est toujours bon à prendre. La deuxième affaire, qui va rendre au moins l'avocat de WAM riche, est le non-respect d'un accord de NAO signé par la direction. Celle-ci a signé le remboursement de l'abonnement Vélib' pour les salariés, mais au moment fatidique de déboursier un rond, non 29 ronds précisément, pour au moins 20 personnes (on vous laisse faire le calcul). TA DAH ! LE GROUPE est arrivé. Et le groupe ne veut pas dépenser autant d'argent. Vous aurez des nouvelles de notre avocat.



PUBLICIS CONSEIL DE PLUS EN PLUS STRESSÉ

Sur le « vaisseau amiral » du groupe, le stress au travail a encore augmenté. Une nouvelle enquête sur les risques psycho-sociaux a été lancée, mais avec peu de retours. Les salariés se lassent peut-être des audits sans résultat concret de la direction.

Globalement, les salariés ne sentent pas leurs efforts reconnus avec, d'abord, une grande insatisfaction sur les augmentations de salaires qui sont bloquées (un certain nombre n'a pas été augmenté depuis plus de cinq ans...) et les conditions de travail totalement démentes avec un travail le week-end, acharné mais ni récupéré, ni indemnisé ! Dans certains services, une surcharge de travail chronique allée à un sous-effectif récurrent rend le quotidien plus que difficile.

Les équipes attendent aussi d'avoir plus d'espace après le déménagement des équipes Garnier à Bastille. Travailler serrés comme des sardines dans des open-spaces trop bruyants, ça commence à bien faire ! Et tout ceci dans un contexte d'évolution à marche forcée vers le digital et de demande permanente aux salariés d'évoluer dans ce sens... Il s'avérerait qu'une personne aurait cumulé au 133 luxe douze CDD de 6 mois d'affilée. Incroyable !

Les résultats financiers de l'agence, eux, se portent bien...



SCAP MUNDOCOM: - 19%

La situation du print chez Scap, la seule unité de production de Publicis France, est préoccupante. Si l'année 2015 a été une année fructueuse et exceptionnelle, l'année 2016 sera bien différente. Il nous a été annoncé une baisse de 19% pour le mois de septembre, en comparaison à septembre 2015. Même si le print reste la principale activité de Scap, le digital progresse fortement chaque année.

Les annonceurs plébiscitent aujourd'hui les offres globales, on s'interroge donc sur le désir réel de la direction de pérenniser les activités du print. Le papier est-il amené à disparaître ? Y a-t-il une réelle volonté de la part des dirigeants de garder cette activité ? Pour cela, il faudrait une démarche commerciale qui valorise les savoir-faire, la recherche de nouveaux clients, la volonté de donner des formations techniques, sachant que la direction ne veut pas investir sur des seniors et que l'on pousse au départ des salariés à trois ans de la retraite avec des ruptures conventionnelles.

Le questionnement est donc légitime. La colère gronde chez Scap, la politique salariale, qui bloque les salaires depuis des années, devient à juste titre insupportable. Le pouvoir d'achat baisse pour les salariés alors que l'on sait que Publicis fait d'énormes bénéfices. L'argument de la déprime du marché publicitaire n'a été qu'un prétexte pour faire faire le salarié.es.

À terme, la politique de la porte ouverte est-elle une bonne politique ? Comment avoir des salariés motivés, investis dans ces conditions ?

EGALITE HOMMES FEMMES ALORS, CA VIENT ?



Le groupe Publicis mène une négociation sur l'égalité professionnelle femmes-hommes depuis des mois, sans qu'aucune mesure nouvelle n'ait encore été proposée. Du coup, Info'Com-CGT en profite pour interpeller la Présidente du Conseil de Surveillance, Madame Elisabeth Badinter. En lui faisant passer nos revendications sur le sujet et en lui envoyant ce courrier, qui, nous l'espérons, déclenchera un réveil de sa part pour faire avancer les choses.

CE QUE NOUS DEMANDONS :

- Engagement sur la progression des femmes aux postes à responsabilité ;
- Application stricte de la loi sur le rattrapage salarial après congé maternité/paternité : information à tous les salariés. Et étendre la période de référence dès l'officialisation de la grossesse ;

Articulation activité professionnelle et responsabilités familiales

- Distribution de chèques emploi service universels pendant un an après une naissance : passer le montant de 150 euros/mois à 300 euros/mois ;
- Favoriser le passage à temps partiel : accorder 100% des demandes de salariés/80% en 2011 (compte-rendu fait dans le passeport parentalité) ;
- Développer le télétravail : engagement d'une expérience test dans chaque entité du groupe ;
- Augmenter le congé paternité et favoriser le temps partiel des hommes ;

Promotion et mobilité professionnelle

- Congé maternité ou congé d'adoption : systématiser et rendre l'entretien obligatoire N+1 et RH avant le congé (sur demande en ce moment) pour évoquer et garantir les conditions de retour - besoins de formation, poste occupé, promotion, point salaire... - (compte-rendu fait dans le passeport parentalité) ;
- Réduire les disparités existantes en matière de promotion entre salariés en temps partiel et salariés à plein temps : rendre obligatoire l'entretien N+1 et RH, pour les salariés n'ayant pas obtenu de promotion depuis plus de 3 ans ; et tenir compte du résultat de ces entretiens dans l'évaluation des managers concernés (compte-rendu fait dans le passeport parentalité) ;
- Aborder systématiquement la promotion professionnelle avec les salariés à temps partiel lors de l'entretien d'évaluation : favoriser la formation, l'évolution de carrière et les perspectives de promotion ;
- Détecter les postes de travail occupés par des salariés à temps partiel moins bien rémunérés que leurs collègues à plein temps effectuant le même travail, et gommer la différence de rémunération ;

Conditions de travail

- Réaffirmer les horaires des réunions. Aucune réunion avant 9 h et s'achevant après 18 h ;

Accès à la formation professionnelle

- Favoriser l'accès à la formation pour les salariés absents de l'entreprise pendant une longue durée ;
- Bilan de compétences accordé à chaque demande ;
- CPF accordé pour chaque salarié qui en fait la demande avec maintien du salaire ;
- Favoriser les salariés absents pendant une longue durée dans le plan de formation ;

Rémunération

- Accorder le même salaire pour un travail égal, avec la même expérience ;
- Augmenter aux salariés non-augmentés depuis plus de trois ans ;
- Entretien de rattrapage salarial N+1 et RH quand l'inégalité est constatée ;
- Audit indépendant sur la rémunération et le plafond de verre dans chaque entité ;

Management

- Former les managers aux problèmes liés à l'inégalité professionnelle hommes-femmes et empêcher toute discrimination ; créer un temps dédié dans Altair ; évaluation et bonus accordés sur ce critère (à définir) ;
- Au final, réunion chaque année de la commission de suivi d'un accord signé avec présentation des chiffres et bilan de chaque mesure. Inutile que Publicis signe des accords pour ne jamais rendre de comptes...



Lettre ouverte à Elisabeth Badinter.

Paris, le 15 octobre 2016

Chère Madame Badinter,

Allaitement, laïcité, parité, etc. La cause des femmes semble vous préoccuper à chaque instant, mais quand oserez-vous enfin balayer devant votre porte ? Certes, le perron du 133 avenue des Champs-Élysées est bien vaste, mais à votre poste, il suffit de donner une consigne pour qu'elle soit exécutée.

En effet, Madame Badinter, comment se fait-il que les femmes de Publicis, soient toujours moins bien payées que les hommes ? Pourquoi leur turn-over est-il beaucoup plus élevé que celui des hommes, et pourquoi quittent-elles Publicis passé 40 ans car elles subissent toujours le plafond de verre ? Cette expression, née dans les années 70, n'est-elle pas sensée être désuète ? Surtout dans un grand Groupe comme le vôtre, qui énonce le principe de non-discrimination comme faisant partie de ses principes et valeurs depuis toujours ?

Comment se fait-il, Madame Badinter, que, sachant tout cela, vous ne fassiez rien pour mettre un terme à cet état de fait, qu'on appellerait discrimination si nous parlions d'ethnicités différentes, et qu'on appelle quotidien chez Publicis ?

Pourquoi l'article L.1225-26 du Code du Travail favorisant la rémunération des femmes de retour de congé maternité n'est-il pas appliqué, au mépris du droit français ?

Pourquoi l'accord sur l'égalité professionnelle entre les hommes et les femmes est-il obsolète depuis bientôt trois ans ? Et quand bien même, le peu d'actions listées ne sont pas même mises en application. Les réunions ont toujours lieu après 18h, les entretiens de retour de congé maternité ne sont qu'un vœu pieux, le passeport parentalité est distribué avec parcimonie, etc.

Quand vous préoccupez-vous, Madame Badinter, de ce qui se passe dans votre maison ? Nous ne vous citons pas les chiffres, vous les avez à disposition et les connaissez mieux que nous. Mais, Madame Badinter, regardez les femmes de votre Groupe et rejoignez-nous à la table des négociations, c'est au moins ce qu'elles méritent. Et pourquoi pas un jour, un traitement égal à celui des hommes ?

Bien à vous,

Les femmes, les Hommes de Publicis.

IRON MAN

NOUS A REJOINT





POURQUOI SE SYNDIQUER ?

La syndicalisation, c'est l'affaire de tous. Mais au fait, à quoi sert le syndicat ? C'est la première question que se posent beaucoup de salariés. Voici quelques arguments qui permettent d'apporter une réponse concrète :

SUR LE PLAN PERSONNEL

- Vous êtes conseillé et défendu prioritairement. Le syndicat vous aide et vous accompagne dans vos démarches (pour résoudre des problèmes quotidiens dans l'entreprise, vous assister face à l'employeur ou votre hiérarchie, en cas de licenciement...).
- Vous n'êtes plus seul ou isolé et vous faites partie d'un groupe de collègues qui sont solidaires et fraternels. Vous êtes épaulé, écouté, rassuré et soutenu par les délégués et le syndicat. Ensemble, nous montrons qu'il est possible de se faire entendre et de balayer le fatalisme.
- Vous avez un poids supplémentaire face à l'employeur ou à la hiérarchie. Vous n'êtes plus obligé de subir un management agressif ou être victime de harcèlement. Avec le syndicat, vous regagnez de la dignité.
- Vous êtes informé sur vos droits, votre convention collective, le Code du travail mais aussi sur l'actualité sociale nationale ou de la profession (publications, courriels, fiches, fonds documentaires...). Vous êtes informé pour mieux agir et vous connaissez mieux vos droits.
- Vous comprenez aussi mieux les enjeux d'une négociation.
- Vous êtes consulté pendant la négociation et avant la signature d'un accord dans l'entreprise.
- Vous pouvez vous exprimer, donner votre avis sur les revendications à défendre ainsi que sur l'activité et les orientations du syndicat.
- Vous pouvez participer aux réunions des adhérents, témoigner et confronter votre point de vue.
- Vous pouvez être acteur de la vie sociale dans l'entreprise, dans la branche ou au niveau national.
- Vous bénéficiez d'un crédit d'impôt de 66 % sur les cotisations versées au syndicat (exemple : 18 euros versés par mois te coûtent, après déclaration des impôts, seulement 6 euros).
- Vous avez accès à la formation syndicale : les syndiqués peuvent bénéficier jusqu'à 12 jours de formation par an.
- Vous bénéficiez de l'aide juridique du syndicat et en cas de litige avec l'employeur, nous mettons à ta disposition nos avocats spécialisés en droit du travail (1^{ère} consultation gratuite) ou des conseillers prud'hommes.
- Vous bénéficiez de l'aide de notre école de formation professionnelle et syndicale pour constituer votre dossier ou avoir des tarifs privilégiés.
- Vous bénéficiez de notre intervention dans les instances paritaires de la formation professionnelle (CIF, DIF...), de la protection sociale (santé, prévoyance, retraite...) pour défendre votre dossier.
- Vous bénéficiez des moyens du syndicat pour vos démarches (téléphone, fax, ordinateur, copies...) dans les locaux du syndicat.
- Vous êtes épaulé, aidé et accompagné en cas de recherche d'emploi. Le syndicat transmet les offres dont il a connaissance. Il aide dans vos démarches et fait le point régulièrement avec vous. Il prend également à sa charge l'envoi de courrier.

- Vous pouvez être mandaté par le syndicat ou siéger dans les instances (ex : délégué syndical, représentant syndical du comité d'entreprise, du CHSCT ou dans des instances de la formation professionnelle, de la protection sociale...).
- Vous élargissez votre réseau personnel et professionnel en faisant la connaissance d'autres collègues, élus ou mandatés dans des entreprises du secteur.
- Vous développez l'esprit critique contre la pensée unique ou l'idéologie patronale.

SUR LE PLAN COLLECTIF

- Permet de décrypter les projets de la direction et d'analyser les évolutions sociales ou sectorielles. Ainsi, le syndicat permet d'y voir plus clair et de comprendre l'enjeu des négociations.
- Représenter les salariés dans différentes instances et défendre activement leurs intérêts dans des négociations (salaires, formation, conditions de travail, santé, prévoyance, égalité femmes-hommes, retraites, loisirs et culture...).
- Permet de défendre des valeurs et agir pour la liberté, l'égalité, la justice, la paix, la solidarité, le bien-être au travail, les droits de l'homme, l'environnement, mais aussi contre les discriminations, le racisme, la xénophobie, l'individualisme...).
- Permet de construire l'activité syndicale dans l'entreprise, définir les revendications et organiser des rendez-vous collectifs sous la responsabilité du syndicat (rassemblement, mobilisation, manifestation, sit-in, flash mob...).
- Permet de mutualiser les moyens pour avoir des responsables ou permanents chargés de coordonner, animer, soutenir, conseiller les équipes syndicales.
- Défendre et faire évoluer nos métiers, nos professions, nos statuts, nos qualifications et nos prérogatives professionnelles.
- Permet de soutenir et financer les activités du syndicat (locaux, fonctionnement, communication, action juridique, mobilisations, aide aux sections syndicales, aux adhérents...).
- Améliorer le rapport de force dans l'entreprise jusqu'au niveau national (le syndicat est un contre-pouvoir). Ou le célèbre adage « L'Union fait la force ». Permet de défendre d'autres choix que ceux imposés par la direction en formulant des propositions alternatives.
- Donne plus de poids pour défendre les intérêts de tous les salariés lors des négociations dans les instances représentatives du personnel à l'entreprise, dans les instances paritaires, les organismes sociaux pour négocier des accords collectifs...).
- En cas de litiges collectifs, le syndicat mandate ses avocats et assure tous les frais liés à une procédure juridique.
- Permet au syndicat de développer et d'organiser la solidarité entre les salariés des entreprises d'un même groupe ou de la profession.
- Organiser la solidarité financière du syndicat en cas de conflit dur dans une entreprise où il est implanté.

ALORS CONVAINCU ?

SI OUI, REJOIGNEZ-NOUS : INFOCOMCGT.FR/ADHESION

INTERVIEW

CÉCILE GREA
DS chez Mundocom - Prodigious



Qu'est-ce qui t'as décidé à devenir déléguée syndicale, et pourquoi Info'Com-CGT ?

Ce choix a mûri pendant plusieurs années. Tout d'abord, je suis syndiquée à la CGT depuis mes 16 ans. Le seul syndicat qui était le plus proche de mes valeurs déjà à l'époque. La suite logique, c'était que je m'investisse plus pour les salariés, je trouvais qu'un seul syndicat dans une entreprise (en l'occurrence la CFDT), n'apportait pas un réel rapport de force face à la direction. Il me semblait intéressant de participer aux réflexions pour améliorer les conditions d'emploi, essayer de changer la politique salariale (augmentations), connaître la stratégie de la direction de l'entreprise et du groupe. Info'Com-CGT parce que c'est un jeune syndicat qui utilise les nouveaux médias (réseaux sociaux) pour informer et communiquer avec les salariés. C'est un syndicat réactif, démocratique, paritaire avec des personnes motivées.

C'est aussi une organisation où les DS du groupe Publicis sont proches. Nous communiquons beaucoup entre nous sur les problèmes de nos entités respectives. Nous ne nous sentons pas esseulés et cherchons des solutions et actions que nous pouvons mener ensemble.

Comment as-tu fait progresser la cause des salariés chez Scap Prodigious ?

Il serait malhonnête de dire que j'ai fait beaucoup progresser la cause des salariés chez Scap, mais je crois au contre-pouvoir. C'est une lutte sans fin dans un grand groupe comme Publicis qui ne connaît que le profit et n'a aucune considération pour l'être humain. Je crois quand même que, depuis l'arrivée d'Info'Com-CGT, les salariés sont mieux informés sur ce qui se passe dans le groupe et dans l'entreprise. Les tracts et les affiches donnent un regard critique sur la situation réelle de la société. Donc les salariés font le parallèle avec ce qu'ils-elles vivent dans

leur travail. J'ai pu aider, conseiller et accompagner des salariés en difficulté. Pendant les NAO, ma priorité, c'est de réduire les inégalités de salaire dans les mêmes services, augmenter les plus bas salaires, augmenter le PEE. J'avais lancé aussi un questionnaire sur les risques psycho-sociaux au sujet d'arrêts de travail de longue durée. À l'époque, le secrétaire du CE n'avait pas voulu me suivre. Puis, après plusieurs mois, il a décidé, avec le CHSCT dont il fait aussi partie, de demander un audit (sûrement après un constat alarmant tardif). En m'évinçant totalement de cette étude puisque je ne fais pas partie du bureau du CE et du CHSCT.

Quel impact a la politique groupe chez vous ?

Tout le monde semble démotivé, résigné. Le passage au tout digital pour le print est compliqué. Il est difficile de cerner la vision de la direction. Nous avons l'impression qu'on nous laisse mourir à petit feu. Pas de démarche commerciale pour le print, pas ou très peu de formation technique. C'est une évidence qu'ils ne veulent pas investir sur des salariés qui ont plus de 40 ans, et la moyenne d'âge chez nous est de 46 ans ! On se sent méprisés et pourtant c'est bien le print qui a permis que cette entreprise perdure et puisse investir. Et toujours cette politique salariale qui n'est pas acceptable : des salariés chez nous n'ont pas été augmentés depuis plus de 10 ans !

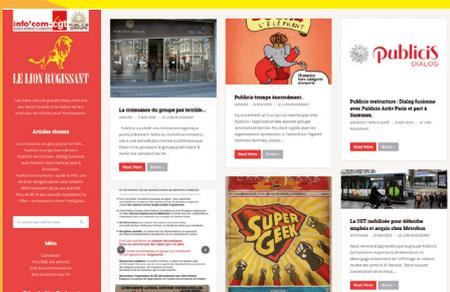
As-tu un message à faire passer ?

Mon message sera pour les salariés. La division fait la force du patronat. C'est l'union qui nous rendra plus forts. Ça a toujours été le cas et ça reste d'actualité. Pensez-y !

Un petit mot pour Maurice ?

Pour votre départ à la retraite, M. Lévy, pensez à vos salariés. Un geste pour votre départ à la retraite sera le bienvenu. Les salariés français participent chaque jour au développement de ce grand groupe.

ABONNEZ-VOUS AU LION RUGISSANT



Si vous souhaitez prendre contact avec Info'Com-CGT ou si vous êtes intéressé pour recevoir directement «Le Lion Rugissant» magazine sur votre boîte mail, contactez-nous sur publicis@infocomcgt.fr

Si vous ne voulez pas attendre la sortie du Lion Rugissant « papier » et si Facebook vous gonfle, retrouvez les articles du Lion Rugissant en ligne sur : <http://lelionrugissant.infocomcgt.fr>

TÉLÉCHARGER LE LION N°6 : <https://goo.gl/bsNkUN>