

Magazine d'information des salarié(e)s de publicis

GRRRRRRRR



le lion rugissant

INFO'COM CGT

n°7

Publicis, groupe en viager



Maurice Lévy nous a presque quittés

En cédant les rênes du Groupe à Arthur Sadoun, Maurice Lévy lâche le poste, mais il s'agrippe aux rémunérations. Celles-ci s'élèveront à 2,8 millions d'euros bruts par an pour son nouveau poste non exécutif de président du Conseil de surveillance.

C'est dix fois plus qu'Elisabeth Badinter, qui occupait la fonction avant lui, et qui devient vice-présidente. Bel exemple de probité, à mettre en rapport avec le discours d'abnégation sur l'engagement dans le Groupe qui nous est réservé.

On nous servira les prétextes autocratiques habituels. Par exemple, que ce montant est une contrepartie de l'abandon de l'indemnité de non-concurrence de 1,8 million d'euros bruts annuels pendant trois ans, quel grand seigneur ! Ou que cette rémunération a été soumise aux votes des actionnaires, ou à la décision du Conseil, quel courage ! Ou encore que Monsieur garde un rôle de grand stratège, bla, bla, bla ! Monsieur Lévy a d'autres projets, souhaitons-lui bonne chance ! Quel affront pour nous tous, dans la chaîne de « création de valeur » (sic), qui sommes confrontés quotidiennement à des blocages, à des réductions ou refus de moyens, à des licenciements, à des plans de départs !

Ainsi, tous ensemble, félicitons une nouvelle fois Monsieur Lévy.

Arthur Sadoun, lui, sera rémunéré en toute sobriété, par un fixe d'un million d'euros par an, plus 200% en variable, plus quelques actions, soit quelques brouilles. Dans une stricte obédience, il reprend le Groupe, là, dans une situation de décroissance que personne ne parvient plus à masquer. En poste, il accélère la transformation du tout orienté client en mode plateforme. Il écrase l'organigramme et annonce la création d'une app révolutionnaire de crowd-sourcing interne : Marcel. Les investisseurs sont frileux, et l'annonce ne permet pas au cours de PUB de se relever, au contraire même – on se demande bien pourquoi, tellement l'idée est puissante (la preuve, ils l'ont déjà appliquée presque partout ailleurs il y a dix ans).

Marcel, l'application mort-née ?

Publicis a déjà Talent, un outil de gestion des freelances, un réseau social interne via Yammer et un outil de partage de connaissance et d'archivage de projets, Ask the Lion. Tous sont encore peu utilisés, d'ailleurs combien d'entre nous en connaissent l'existence ? Marcel serait un outil supplémentaire pour, entre autres, permettre aux « meilleurs talents » d'aller sur un pitch ou un projet hors de leur périmètre naturel. La croissance organique en serait d'autant plus mobile et malléable. À nous, Frenchies, la croissance nord-américaine !

Marcel serait ainsi l'outil ultime qui cristalliserait, d'une certaine façon, la transformation du Groupe en plateforme ubérisée.

Ces choix, on le répète, sont susceptibles de favoriser le dumping social comme jamais auparavant, et nous sommes sceptiques quant à son accommodation avec la loi française, qui se satisfait peu des choses « liquides ». Et même en réalisant un gros effort d'abstraction sur les défauts régressifs apportés par ce type d'outillage, puisque les budgets sont déjà mobiles, que lui resterait-il, sinon son parachronisme ?

Car, pendant que les conseils de Monsieur Sadoun lui servent des outils de la dernière décennie, d'autres se placent sur les vraies révolutions technologiques déjà annoncées.

Quid du blockchain qui va transformer la data, l'achat média ? Quid de l'adchain, qui va transformer les manières de mesurer les taux de conversion, d'affiner les dépenses des annonceurs ? Quid de l'Advanced TV ? Quid des monétisations futures qui impacteront les manières de consommer ? Las, doit-on encore attendre dix ans ?



Engagez-vous, qu'ils disaient

Implantée dans dix-sept filiales du Groupe, la CGT est le premier syndicat de Publicis. Pour tenter d'adoucir cette image de «vieux syndicaliste moustachu brûleur de pneus» qui arrange bien du monde, nous avons décidé de vous parler de notre engagement.

Pour nous, la finalité de l'entreprise n'est pas exclusivement économique et financière, elle est aussi humaine et sociale. Des acquis nouveaux peuvent être attachés aux objectifs éthiques de l'entreprise, sans aucune antinomie, et c'est à cela que nous travaillons, sur des sujets comme l'emploi, la santé, l'égalité. Bien sûr, la compétitivité du Groupe, le rendement de l'activité ne sont pas exclus de nos attentions, mais ceux-là, doivent servir en plus forte proportion le développement, l'investissement et l'emploi, bien avant la rentabilité des titres ou la rémunération financière.

Or, cette quête d'acquis nouveaux pour les salariés se heurte à la rigidité du Groupe, qui refuse quasi systématiquement toutes propositions plus avantageuses que la loi. Notre fenêtre d'action, à ce niveau, est donc très réduite, et tout le monde devrait se demander pourquoi existe cette rigidité politique et structurelle, qui la commande et quels intérêts elle sert.

Niveau Groupe

Qu'on ne s'y trompe donc pas : les négociations Groupe n'en sont pas réellement. Elles permettent avant tout au Groupe de soigner son image sociale, tout en respectant les obligations minimales. Plusieurs fois par an, les syndicats sont invités à « négocier » avec notre célèbre BRV. Les marronniers sont l'égalité femmes/hommes, la prévoyance, la mutuelle, l'Intéressement, etc.

Question blocage, par exemple, nous demandons depuis longtemps l'ouverture de négociations sur le télétravail et le travail le week-end, sans succès.

On peut tout de même noter la distribution des chèques CESU (150 euros par mois) allongée jusqu'au deuxième anniversaire de l'enfant, obtenue récemment.

Niveau agences

Notre première mission est de vous communiquer, dans la mesure des possibilités légales, toutes les informations sur le fonctionnement de l'entreprise.

Chaque jour, nous travaillons à la préservation des droits des salariés et à la négociation d'acquis sociaux. Nous tentons notamment de négocier lors des négociations annuelles obligatoires, où nous réclamons souvent des augmentations collectives pour les salariés laissés sur le bord de la route du « mérite » autocratique. Là encore, les postures des filiales – fixées par le Groupe – sont un frein aux améliorations que l'on pourrait développer.

Mais notre pugnacité paie parfois : chez Consultants, nous nous sommes rendu compte que le Groupe n'appliquait pas la règle des 10 % pour le calcul des congés payés, grugeant les salariés depuis des années. Publicis a donc dû négocier

un accord de rattrapage, et a versé 500 euros à chaque salarié. Dans d'autres agences, grâce à nos « turpitudes », nous avons également obtenu :

- le paiement des week-end travaillés 350 euros par jour + récupération ;
- un accord télétravail ;
- une prise en charge à 100 % des congés enfant malade ;
- des indemnités kilométriques vélo.

Chaque année, nous demandons l'augmentation du budget social du comité d'entreprise (CE) et du plafond de versement volontaire du plan épargne entreprise, ou encore la création d'un accord intéressement propre aux agences. Nous travaillons avec les élus sur l'orientation et la défense du CE pour faire valoir tous ses droits, dont celui de faire examiner les comptes par un cabinet d'experts-comptables agréé.

Nous travaillons en collaboration avec la médecine du travail, des cabinets d'expertises sociale, comptable et l'inspection du travail.

Niveau individuel

Nous sommes aussi là pour accompagner et conseiller chacun de vous au quotidien.

Voici quelques exemples d'actions :

- l'action contre le travail pendant l'arrêt-maladie ;
- l'accompagnement des mutations, des ruptures conventionnelles ;
- le conseil et le suivi de risques de licenciement ;
- l'accompagnement de demandes de revalorisation salariale.

Au fil des ans, nous subissons une régression de notre pouvoir d'achat, alors que les résultats du Groupe sont florissants. Individualisée et déconnectée de la qualification, subissant un business model clairement orienté, notre rémunération est arbitraire. Que le Groupe démente et nous prouve notre erreur en comparant les rémunérations à celles des moyennes du marché !

Nos ambitions sont donc à la hauteur du Groupe :

- faire reconnaître les diplômes et les formations, par une grille de salaires d'embauche ;
- assurer l'équité et la transparence, faire échec à l'arbitraire : imposer l'égalité professionnelle entre femmes et hommes, interdire toute discrimination, qu'elle se rapporte au salaire, à la reconnaissance des diplômes ou qualifications, à l'accès aux fonctions, ou à tout autre élément constitutif des responsabilités professionnelles ;
- garantir, au titre du pouvoir d'achat, une évolution de salaire égale au minimum à l'évolution du montant du plafond de la Sécurité sociale ;
- faire respecter l'équilibre entre vie privée et vie professionnelle et limiter l'usage des technologies de l'information et de la communication en dehors des horaires de travail ;
- évaluer collectivement et alléger les charges de travail, décompter toutes les heures effectuées, quel que soit le type de forfait pour récupération ou paiement.

Espérons que la nouvelle direction France prendra la mesure de l'importance du bien-être social des salariés, comme les autres groupes du CAC 40 l'ont fait. Loin d'être des philanthropes, ceux-ci ont largement compris l'intérêt économique du salarié épanoui... il y a quinze ans.

En attendant, vos représentants syndicaux restent mobilisés. Même si c'est vrai qu'à la CGT on a tendance à souvent lever les coudes, quand il faut, on sait aussi se les serrer.



Me too

Les facteurs qui rendent la procédure éprouvante pour les victimes de harcèlement sexuel sont nombreux: peurs des mesures de rétorsion, crainte du discrédit, méconnaissance de la loi, instruction et procès très longs aux assises, risque de perdre son travail ou d'être blacklistée dans le milieu, etc. On peut comprendre aisément que la décision d'entrer en procédure soit difficile. Pour autant, seules la loi et son application permettent, in fine, aux victimes d'espérer trouver réparation et de voir punir l'agresseur.

Publicis reste peu loquace sur le sujet qui fait tant de bruit. Pourtant de nombreux comportements rencontrés en agence, parfois de la part de personnes en responsabilité, sont inacceptables. En attendant que Mmes Badinter, Heilbronner et Bousquet veuillent bien s'intéresser précisément à ces débordements, nous vous faisons un petit rappel, non exhaustif, de la loi.

Le harcèlement sexuel dans le code pénal (article 222-33)

Le harcèlement sexuel est un délit.

Il est défini comme le fait d'imposer à une personne, de façon répétée, des propos ou comportements à connotation sexuelle qui portent atteinte à sa dignité en raison de leur caractère dégradant ou humiliant, ou créent à son encontre une situation intimidante, hostile ou offensante.

Est assimilé au harcèlement sexuel le fait d'user (même de façon non répétée) de toute forme de pression grave dans le but réel ou apparent d'obtenir un acte de nature sexuelle, que celui-ci soit recherché au profit de l'auteur des faits ou au profit d'un autre.

Le harcèlement sexuel dans le code du travail (article L.1153-1)

«Aucun salarié ne doit subir des faits :

- soit de harcèlement sexuel, constitué par des propos ou comportements à connotation sexuelle répétés qui soit portent atteinte à sa dignité en raison de leur caractère dégradant ou humiliant, soit créent à son encontre une situation intimidante, hostile ou offensante ;
- soit assimilés au harcèlement sexuel, consistant en toute forme de pression grave, même non répétée, exercée dans le but réel ou apparent d'obtenir un acte de nature sexuelle, que celui-ci soit recherché au profit de l'auteur des faits ou au profit d'un tiers ».

Petite précision : la chambre sociale de la Cour de cassation, par l'arrêt n°872 du 17 mai 2017, a estimé que des propos pouvaient, malgré leur caractère isolé,

constituer un harcèlement, quand il s'agit de son supérieur. Elle s'est basée sur l'article L.1153-1 du Code du travail précédemment cité.

Au-delà des propos ou des comportements individuels, certaines directions tolèrent ou favorisent, consciemment ou non, ce que l'on peut qualifier de harcèlement d'ambiance. Alors qu'elles sont tenues d'une obligation générale de prévention, notamment en y intégrant des facteurs ambiants, selon l'article L.4121-2 du Code du travail sur le harcèlement sexuel, on voit que certaines, a contrario, assument l'acceptation et l'amplification des comportements dégradants et/ou humiliants au sein d'agences.

Petite précision encore : le harcèlement sexuel est une notion très large et ne fait pas nécessairement référence à la recherche d'une faveur sexuelle. Ainsi le Défenseur des droits a été saisi d'une réclamation relative à des faits de harcèlement au sein de la rédaction d'un journal : blagues grivoises fondées sur le sexe, insultes, circulation de vidéos suggestives... Au terme de son enquête, le Défenseur des droits a constaté l'existence d'un harcèlement sexuel basé sur des agissements sexistes, sanctionné par la cour d'appel d'Orléans en tant que « harcèlement environnemental ».

La cour d'appel d'Orléans, dans une décision du 7 février 2017, a condamné le journal à 78 500 euros de dommages intérêts. La cour a précisé : « Le harcèlement sexuel peut consister en un harcèlement environnemental ou d'ambiance, où, sans être directement visée, la victime subit les provocations et blagues obscènes et vulgaires qui lui deviennent insupportables. »

Sachez que toute organisation syndicale représentative peut, avec l'accord écrit de la personne harcelée, engager à sa place une action en justice.

Si vous vous trouvez dans une situation difficile, vous pouvez vous adresser aussi à votre CHSCT, votre comité d'entreprise, demander audience à l'inspection du travail, saisir le conseil des prud'hommes ou contacter l'Association européenne contre les violences faites aux femmes au travail.

Big Bang Social

Ordonnances Macron: la prescription du gouvernement, qui s'inscrit dans la lignée des dernières réformes du marché du travail, met en danger les droits des salarié.e.s comme jamais ils ne l'ont été. Décryptage des mesures les plus régressives...

L'employeur pourra licencier plus facilement

Les ordonnances Macron amplifient l'effet des précédentes réformes qui ont facilité les licenciements (lois El Khomri 2016, Macron 2015, loi de 2013). La loi Travail XXL de 2017 instaure ainsi la rupture conventionnelle collective, qui pourra s'appliquer, y compris en l'absence de motif économique. Une version allégée du plan de départs volontaires (PDV), encadré jusqu'à présent par la jurisprudence pour éviter qu'il ne contourne un plan de sauvegarde de l'emploi (PSE). Demain, avec cette rupture à l'amiable validée par l'administration, les salarié.e.s seront privé.e.s des quelques bénéfices liés à un PDV (congés de reclassement, formation, priorité de réembauche, etc.). De plus, ils ne pourront plus contester la cause de la rupture de leur contrat de travail. En matière de licenciement économique, les difficultés d'une entreprise faisant partie d'un groupe seront appréciées sur un périmètre national, et non plus international. Cette restriction dédouanera les multinationales de leurs responsabilités... « sauf fraude », précisent les ordonnances. Mais difficile de prouver qu'un groupe aura sciemment organisé la faillite d'une filiale française... Enfin, les obligations de reclassement vont être encore allégées. L'employeur pourra, demain, se contenter de publier les postes vacants sur un intranet, sans être obligé de proposer aux salarié.e.s des offres loyales, sérieuses et individualisées.

Des ordonnances qui instaurent le droit à l'erreur pour le patron en matière de licenciement

Dorénavant, votre employeur pourra tout à fait vous licencier à la va-vite en étant conforté par le fait qu'il pourra toujours peaufiner son dossier ultérieurement... Auparavant, votre patron devait rédiger une lettre de licenciement en bonne et due forme. Si celle-ci n'était pas correctement motivée, alors le licenciement était qualifié automatiquement comme étant « sans cause réelle et sérieuse » par la justice prud'homale, avec un minimum de six mois de salaire à la clef pour le salarié. Désormais, votre patron disposera d'un formulaire-type pour vous notifier votre licenciement. S'il y a des imprécisions dans cette lettre type, ce n'est plus grave. L'employeur pourra apporter des compléments d'information par la suite, sans être sanctionné.

Inversion de la hiérarchie des normes

Il existe en droit social une hiérarchie des normes : la loi fixe le cadre général, les accords de branche et d'entreprise sont, quant à eux, en dessous de la loi. Un accord de branche ou d'entreprise ne peut déroger à la loi que s'il est plus favorable pour les salarié.e.s, c'est ce qu'on appelle « le principe de faveur ». Ce bel édifice a été bouleversé depuis quelques années au détriment des salarié.e.s. En effet, sur de nombreux sujets, un accord d'entreprise peut désormais déroger

à l'accord de branche, même s'il contient des dispositions moins favorables aux salarié.e.s. La loi Travail de 2016 (El Khomri) a accentué cette tendance, en donnant à l'accord d'entreprise la primauté sur les accords de branche en matière de temps de travail et de congés. Désormais, un salarié peut être amené à travailler plus longtemps sans contrepartie si son accord d'entreprise le prévoit... Mais les ordonnances vont encore plus loin. Si certains domaines limités restent verrouillés à l'échelle de la branche (les minimas conventionnels, les classifications, etc.), pour tous les autres sujets, l'accord d'entreprise primera, même s'il est moins favorable.

Un patron pourra diminuer la rémunération

Là encore les ordonnances Macron poussent plus loin la logique de la loi El Khomri, qui autorisait déjà une entreprise à déroger défavorablement à l'accord de branche sur la rémunération des heures supplémentaires. Elles vont même plus loin que les accords déjà très permissifs de « maintien de l'emploi », puisqu'une entreprise pourra désormais modifier la rémunération de base « afin de répondre aux nécessités liées au fonctionnement de l'entreprise ».

Les entreprises pourront négocier des dispositions en dessous de celles prévues par la branche, s'agissant des primes de déplacement ou d'ancienneté, par exemple, de treizième mois, de chèques-vacances, d'indemnités de départ en retraite, etc. Au pire, rien ne lui interdira de supprimer ces compléments de salaire ! Seul garde-fou, elles ne pourront déroger aux minimas, qui relèvent de la branche. Cette disposition va accentuer le dumping social. Une entreprise résistera difficilement aux pressions de concurrents engagés dans cette course au moins-disant social.

Un patron pourra directement consulter les salarié.e.s en leur mettant « le pistolet sur la tempe »

Séduisant sur le papier, le référendum à l'initiative de l'employeur s'apparente, en fait, à un chantage à l'emploi. En effet, demain, dans les entreprises de moins de 20 salarié.e.s, et en l'absence de délégué.e du personnel, un chef d'entreprise pourra soumettre directement aux salarié.e.s un projet d'accord sur le temps de travail, la rémunération ou les conditions de travail. Il devra néanmoins être ratifié à la majorité des deux tiers du personnel pour s'appliquer.

Dans les très petites entreprises, l'employeur pourra aussi négocier avec un.e employé.e non élu.e et non mandaté.e par un syndicat. Les ordonnances donneront la possibilité de dialoguer sans syndicats sous prétexte de favoriser la « démocratie sociale ». C'est oublier que l'entreprise n'est pas un lieu de démocratie, en raison du lien de subordination qui y régit les relations entre l'employeur et les salarié.e.s. N'en déplaise au patronat, les négociations sont le fruit d'un rapport de force. Demain, les salarié.e.s devront donc s'exprimer sur un accord le pistolet sur la tempe. .../...





Une catastrophe pour le droit des femmes

Les ordonnances Macron prennent les femmes pour des quiches. Elles dégomment l'ensemble des dispositifs relatifs à l'égalité professionnelle, mis en place depuis 1983 dans les entreprises. Jusqu'à présent, les employeurs avaient obligation de négocier sur le sujet. En cas de manquement, elles pouvaient être sanctionnées. Avec la réforme, un simple accord d'entreprise permettra de s'affranchir de cette obligation. Nul doute, qu'avec une telle mesure, les 26% d'écart de salaire entre hommes et femmes ne sont pas près de disparaître ! D'une manière générale, les mesures visant à accroître la flexibilité ciblent plus particulièrement les femmes - 80% des emplois à temps partiel sont occupés par des femmes. En raison de l'inversion de la hiérarchie des normes, nombre de droits familiaux prévus jusqu'alors dans les conventions collectives pourront passer à la trappe ou être réduits par accord d'entreprise. Parmi eux, les congés pour enfant malade, et même le congé maternité. Certes, la durée prévue par le Code du travail ne varie pas. Mais les « améliorations » obtenues dans certaines branches (durée supplémentaire) pourront être supprimées. D'autres sujets basculant à l'échelle de la négociation d'entreprise (mobilité géographique, travail de nuit, horaires, etc.) affecteront aussi les femmes au travail.

Le fameux contrat en CDI d'opération

Un employeur demandant à un jeune en fin d'études de patienter en vue d'un CDI d'opération, devra attendre qu'un accord de branche le permette.

Pour autant, il est clair que de nombreux secteurs d'activité, à l'instar du conseil ou de l'informatique, attendent de pied ferme un tel dispositif. Pour la CGT de la construction, qui connaît bien les contrats de chantier dont s'inspire le CDI d'opération, ce type de contrat « fait peser une chape de plomb sur les salarié.e.s ». Le mal nommé CDI se termine une fois achevé le projet pour lequel le salarié a été embauché. La date de fin de mission n'étant même pas précisée au préalable... Il faut savoir que la durée d'un contrat d'opération pourra être supérieure à celle d'un CDD classique. Cerise sur le gâteau, une fois la mission terminée, l'employeur ne versera pas de prime de précarité, alors qu'il est tenu de le faire en cas de recours à un CDD ou à l'intérim. Et, puisqu'on n'arrête pas le progrès, les CDD passeront eux aussi à la moulinette des ordonnances. Demain, les CDD pourront, le cas échéant, être renouvelés... dix fois, quinze fois, et même plus !

Plafonnement des indemnités prud'homales

Le plafonnement des indemnités prud'homales en cas de licenciement sans cause réelle et sérieuse est une vieille doléance patronale, les malheureux du Medef s'interdisant d'embaucher par crainte d'éventuelles poursuites judiciaires. Le barème des indemnités prud'homale en cas de licenciement abusif devient donc impératif. Jusqu'à présent, les juges pouvaient dépasser le barème existant pour appréhender la situation personnelle du salarié (âge, qualification, niveau d'emploi, etc.). Dorénavant, la barémisation tiendra compte uniquement de l'ancienneté, et réduira de moitié des indemnités, pour les salarié.e.s affichant deux

ans d'ancienneté dans les entreprises de plus de onze salarié.e.s, à trois mois maximum contre six auparavant. Le nouveau plafond imposé pour les salarié.e.s qui cumulent trente ans d'ancienneté est aussi moins généreux (20 mois contre 21,5 mois dans la loi El Khomri). Conjugué à une procédure rendue plus complexe par la loi Macron 2015, le plafonnement des indemnités risque de décourager des salarié.e.s à faire valoir leurs droits. D'autant que les délais de recours se réduiront encore, à douze mois au lieu de vingt-quatre actuellement.

Plus qu'une seule instance représentative du personnel

Les salarié.e.s vont beaucoup y perdre. Jusqu'à présent, coexistaient dans les entreprises de 50 salarié.e.s et plus, des délégués du personnel (DP), un comité d'entreprise (CE), un comité d'hygiène, de sécurité et des conditions de travail (CHSCT) et des délégués syndicaux. Chacun ayant des prérogatives bien définies. Le gouvernement s'apprête à fusionner CE, DP et CHSCT en une seule instance, baptisée « comité social et économique » (CSE). Le risque est énorme de voir des élu.e.s, en nombre moindre, dépassés par l'ampleur de leurs tâches. Les missions économiques de l'ancien CE risqueront d'être délaissées au profit des activités sociales et culturelles. Surtout, la compétence du CHSCT, devenue, au fil des ans, la bête noire du patronat, risque d'en être gravement affadée, au détriment de la santé des salarié.e.s. Autre sujet inquiétant, les expertises, dont certaines ne seront plus intégralement financées par l'employeur, mais aussi par le CSE à hauteur de 20%.

Mega plan de départs volontaires chez Publicis Consultants

Lancé le 25 septembre, le troisième plan de départs volontaires en quatre ans, dont les mesures ont été négociées par Info'Com-CGT, a complètement déstabilisé l'agence. Avec 52 postes supprimés, la survie même de Publicis Consultants peut se poser, tellement les conséquences de ce plan sont désastreuses. Sous prétexte de faire passer l'entreprise à la communication « d'influence », et rien que ça, des savoir-faire complets, des années d'expérience et d'intelligence sont sacrifiés. Des activités générant de l'image pour l'entreprise sont purement et simplement anéanties. Et, conséquence directe d'un climat hautement anxiogène généré, les salarié.e.s (même non concerné.e.s par les suppressions de postes) fuient, et les clients avec...

Alors qu'il reste encore quelques annonceurs suffisamment audacieux pour s'aventurer dans ce marécage, la création a été littéralement vidée (directeur de création inclus), l'ensemble des consultants « 360 » sont partis et l'entreprise est obligée de sous-traiter l'ensemble de ses briefs... à des freelance ! Formidable calcul pour un plan qui est justifié par les dirigeants de Publicis pour faire des économies !

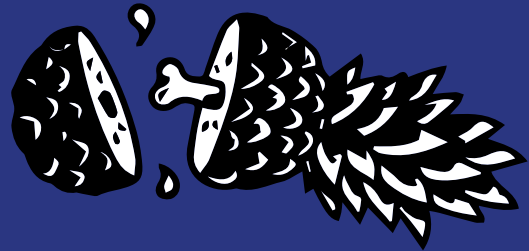
Ce ne sont pas les discours faussement rassurants de son nouveau PDG, Clément Leonarduzzi, ni les promesses de Madame la présidente de Publicis France qui seront à même de redonner un semblant de vie à cet ex-fleuron du Groupe qui aura perdu les deux tiers de son effectif et de son chiffre d'affaires en huit années.

Le Groupe, qui se vante d'avoir octroyé des avantages « généreux » aux volontaires au départ, est surtout responsable d'un énorme gâchis économique et social.

Marcel, le vrai.

Marcel, ex-agence la plus créative, passe la main.

Arthur Sadoun, se réapproprié la marque Marcel en baptisant son application intelligente du même nom et s'inscrit ainsi dans la lignée du fondateur. Drôle de choix vis-à-vis de l'agence, qui n'a pas été consultée. Cela participe à montrer – mais qui ne l'aurait pas compris ? – qui est désormais le boss. En tout cas, les marceliens apprécient fièrement d'être les nouveaux faire-valoir de Sapient. Les Gafa et les cabinets de conseil peuvent trembler.



Prodigieusement énervés

Chez les Prodigieux, vilains petits canards, le ton continue de monter. Souvenez-vous, ils avaient osé la grève. C'était le 1^{er} décembre 2016, et le mouvement avait été suivi par plus de 80 % des salarié.e.s. Et en plus, c'était même pas pour leur pomme, cette grève ! En effet, leur toute première revendication était libellée comme tel : « Nous réclamons les moyens humains et techniques de faire notre travail, et de le faire correctement. » Incroyable. En plus d'être grands, beaux et drôles, les Wamiens sont philanthropes.

Quelques mois plus tard, le bilan n'est pas glorieux : quelques augmentations plus que légitimes, des capex débloqués pour rafraîchir les locaux et l'achat de matériel essentiel à une maison de production. Et basta ! Enfin, si, ne soyons pas trop cyniques, les canapés de l'accueil ont été changés. Byzance, quoi.

Comme leur mouvement était affublé du hashtag #quiestlegroupe, les représentants du personnel ont même eu l'honneur de rencontrer le Groupe. Et devinez quoi, à l'instar du féminisme réputé de notre bien aimée Babeth, le Groupe est une femme.

En effet, ils ont eu la chance de rencontrer Anne-Gabrielle Heilbronner en mars 2017 (plus rapide que s'ils avaient ouvert un ticket). Accompagnée de son fidèle BRV, Anne-Gaby a précisé qu'elle avait été préoccupée par le mouvement social sans précédent chez WAM.

Les problèmes qui sont le quotidien de WAM, et certainement celui des autres agences, ont été longuement évoqués.

Comme :

- le manque de moyens humains et financiers ;
- les avances de frais ;
- le gel des salaires et l'absence de prime ;
- le télétravail, pour lequel l'accord de principe était donné, et pourtant toujours pas mis en application à l'époque ;
- la spécificité de WAM, qui est une maison de production, et pourtant traitée comme une agence de publicité ;
- les dysfonctionnements de ReSources ;
- etc.

Anne-Gaby s'est montrée compréhensive, surprise parfois. Mais, comme à l'accoutumée, les décisions ont été à l'image des engagements : inexistantes. Malgré les quelques notes prises et les promesses de retour, plusieurs mois après la réunion, les représentants du personnel attendent encore, et s'apprentent... à ouvrir un ticket.

Puis, ça a été le statu quo, les Prodigieux ont rongé leur frein jusqu'à la rentrée, où ils ont organisé une nouvelle assemblée générale. Avant l'été, une liste précise et importante de revendications avait été transmise à la direction et à Madame le Groupe. Et lors de l'AG, ô surprise, aucune évolution en trois mois. Ah si, le télétravail est lancé officiellement. C'est la difficile partie de poker que joue la direction : « Si on leur donne des choses, ils vont en demander plus », et le Groupe : « Si on leur donne des choses, les autres entités vont en demander aussi. » Alors ils ont choisi la stratégie « distillation des privilèges » : ne céder sur rien en apparence, et pourtant, distiller promotions et augmentations substantielles (bien au-delà des 15 % réglementaires, mais au compte-gouttes) de-ci, de-là. Fine stratégie visant à enrayer un éventuel nouveau mouvement, promis beaucoup plus dur et long (les meilleurs).

En attendant, 95 % des présent.e.s à l'AG se sont estimés mécontents, et les idées fusent pour un prochain mouvement social. La prochaine fois, il faudra distiller un peu plus, Madame le Groupe !

Opacité et incompréhension chez SCAP Prodigious.

En décembre 2016, la direction de SCAP Prodigious décide de faire appel au cabinet de reclassement Ingeus. Objectif : accompagner les salarié.e.s dans la « transformation du print ». Après neuf mois, quel bilan en tirer ? Les salarié.e.s sont-ils.elles plus sereins sur leur avenir ?

Les attentes étaient grandes, la déception d'autant plus.

Dès le début, malgré plusieurs réunions, le flou a été de mise. Ainsi, tou.te.s les salarié.e.s du print devaient être concerné.e.s et suivre ce process. Pourquoi n'est-ce pas le cas ? L'inquiétude, l'énervement, le stress des salarié.e.s sur le sujet sont tels qu'il serait utile de réaliser auprès d'eux.elles une nouvelle analyse des risques psychosociaux.

Les propositions attendues ont donc été longues à venir, pour finalement, contre toute attente, rester presque toutes circonscrites au print ! Depuis plusieurs années, la direction nous répète pourtant que le print va disparaître, et qu'il faut se former sur les nouveaux métiers. Or, où sont les nouveaux métiers, dans ces propositions de postes ?

L'objectif de la mission d'Ingeus était d'échanger sur la mutation des métiers, sur les options possibles vers d'autres postes. À présent, lorsqu'on échange avec Ingeus, on sent comme une gêne, un étonnement devant les orientations de la direction, qui a rendu le process obligatoire. Notre impression : le cabinet suit simplement une procédure préétablie, sans intérêt pour l'avenir de la plupart des salarié.e.s. Alors, quel intérêt ? Faut-il y participer juste par curiosité, pour ne pas se faire remarquer, pour ne pas subir de pressions de la DRH ? Peut-on encore espérer une évolution de poste ?

L'entretien de candidature à son propre poste, dont le but est de lister point par point les spécificités de l'emploi que l'on occupe depuis plusieurs années, constitue un facteur d'incompréhension. Beaucoup de salarié.e.s sont sorti.e.s de cet entretien surpris.es, amusé.e.s, désabusé.e.s, perplexes.

Certain.e.s ne voulaient pas poursuivre l'expérience, ne trouvant aucune utilité à participer à des entretiens sans intérêt, du temps et de l'argent perdus... Impossible ! La direction leur a mis la pression. La plupart finissent donc par céder, sans conviction, juste par obligation.



Mais quel est l'intérêt pour une direction de demander à des salarié.e.s de postuler à leur propre emploi ? La plupart exercent depuis plus de dix ans... Si le.la manager pointe un manque de performance, quelles seront les conséquences, à terme ? Dans une conjoncture difficile pour le Groupe qui, depuis dix-huit mois, refuse d'embaucher, ne remplace pas les départs, met en place des plans de sauvegarde de l'emploi, favorise les ruptures conventionnelles, licencie sous des motifs de plus en plus suspects dans plusieurs entités, pouvons-nous rester confiants sur notre avenir ?

À plusieurs reprises, en comité d'entreprise, nous avons demandé le coût de cet audit Ingeus. La direction a refusé de le communiquer. Notre conviction : ce choix stratégique, sans doute en ligne avec la politique générale du groupe, va coûter cher aux salarié.e.s de SCAP. Leur prime de participation va encore une fois être pénalisée. Combien y trouveront un réel bénéfice ?

Et voilà que, le 7 juillet, pour la première fois, le directeur de production print sort de son bureau pour parler aux salariés des résultats depuis le début d'année. Là, miracle : le print n'est pas fini ! Il est au-dessus des objectifs. La direction travaille désormais pour que tous les travaux partants à l'extérieur nous reviennent, promesse faite il y a de longues années. Espérons que cela devienne une obligation pour les agences.

Sur le print, nous ne sommes pas à un retournement près. Ainsi, depuis plusieurs années, la direction avait mis la pression sur les salarié.e.s pour qu'ils se tournent vers la 3D. Échec : les trois salarié.e.s de SCAP restants, sur une dizaine au départ, ont été transféré.e.s chez WAM. Changement d'orientation, les salarié.e.s du print sont ensuite sommés de se former sur le digital...

Désormais, la direction en est certaine, l'avenir des maquettistes, des infographistes et de SCAP, c'est l'automatisation, via le logiciel Resize. Ainsi, alors que, depuis deux ans, deux maquettistes travaillent avec cet outil sur Lancôme, tous les infographistes doivent désormais être en mesure de traiter les adaptations dans Resize. Pour cela, est-il prévu un grand plan de formation ? Non, simplement une réunion de présentation, puis le grand flou. Comme d'habitude. On demande donc aux salarié.e.s d'optimiser leur temps de production avec un outil qu'ils ne connaissent pas, sans formation, avec des délais allant jusqu'à trois jours pour résoudre leurs problèmes. Est-ce vraiment une façon de préparer l'avenir ?

Départs chez Mediatransports

Mediatransports, comme les autres sociétés du Groupe, n'a pas échappé à une vague de départs, dont on ne sait s'ils sont volontaires ou déguisés.

Mais des têtes sont tombées, c'est sûr !

Au-delà de ce phénomène, ce qui inquiète une partie du personnel, c'est l'implantation annoncée de nouveaux panneaux numériques. Depuis de nombreuses années, notre syndicat demande à avoir un débat et une réflexion sur ce sujet, mais en vain. On nous dit toujours en comité d'entreprise, « il n'y aura pas de licenciements » mais, à notre avis, il serait intéressant d'organiser la reconversion d'une partie des afficheurs, vers la maintenance et l'entretien de ces panneaux sans attendre, et surtout avant d'être dans l'obligation de sous-traiter ce service.

Le deuxième point qui inquiète une autre partie du personnel, c'est la décision de la direction de transformer tous les bureaux en openspace. Nous sommes en pleins travaux, certains sont déjà en place, et c'est loin de faire l'unanimité ! Le but annoncé était le « mieux vivre ensemble », nous attendons de voir ce que cela donnera en pratique. Les CE et les CHSCT concernés veillent au grain et ont déjà émis quelques réserves, en attendant le résultat définitif. Ils seront sans concession sur le bien-être des salariés à leur poste de travail.

Publicis Conseil-Nurun Paris fusionnés

Début 2017, Publicis Conseil a fusionné avec Nurun Paris et intégré ses 250 expert.e.s du digital, ce qui amène l'agence à près de 900 salarié.e.s répartis sur trois sites.

Gros changement : Conseil est en train de se structurer autour de huit plateformes de 80 personnes environ, dédiées à chacun de ses clients, des business units (BU) ou maisons qui intègrent les compétences commerciales, stratégiques, créatives, technologiques. Début septembre, certains salariés ne sont pas encore informés de la BU à laquelle ils sont rattachés. Problèmes de communication des managers. Deux gros déménagements sont prévus, certain.e.s salarié.e.s auront moins d'espace qu'actuellement. L'agence ayant perdu l'année dernière trois budgets, mais en ayant gagné d'autres depuis, les augmentations ont été très réduites. Le mécontentement des salariés pas augmentés depuis plus de trois ans s'accroît. Problème récurrent : dans certains services, une surcharge de travail chronique allée à un sous-effectif rend le quotidien plus que difficile.

Portrait
de dirigeante



Qui est Agathe Bousquet, la présidente de Publicis Groupe France ?

Depuis avril, la page Facebook d'Agathe Bousquet regorge de félicitations pour son entrée à Publicis. Mais qui est cette nouvelle coqueluche du paysage publicitaire ?

Retour en arrière : entrée comme simple consultante en 2001, Agathe Bousquet avait été nommée, en 2012, PDG d'Euro RSCG C&O aux côtés de Christophe Coffre, coprésident et directeur de la création. En moins de cinq ans, cette femme, directe et efficace, diplômée de Sciences-Po et de Dauphine, cofondatrice de Solidarité Sida, dont elle est toujours administratrice, est parvenue à imposer à la structure un nouveau nom, Havas Paris, assorti d'une nouvelle ligne stratégique et créative.

Agathe avance, la marge progresse

Fin 2015, une étape supplémentaire a été franchie lorsque Yannick Bolloré, PDG du groupe Havas, a donné le feu vert pour que Havas Paris se rapproche de Havas 360. Avec une idée en tête : imposer peu à peu Havas Paris comme un contrepoids à la toute puissance de BETC Havas qui, forte de son empreinte sur la création mondiale, préserve jalousement son autonomie.

Pari en cours de réussite : entre 2012 et 2016, Agathe Bousquet a porté la marge brute de l'agence de 60 à 80 millions d'euros. Sans friction notable, ni casse sociale.

Le transfert de l'année

Le choix de Maurice Lévy et d'Arthur Sadoun s'est porté sur Agathe Bousquet. Retenue pour trois de ses qualités, selon eux, sa capacité à mettre le client au centre, à instaurer une relation de confiance avec ses équipes et à mener à bien l'intégration des expertises (avec, notamment, la fusion réussie entre Havas Paris et Havas 360). Le fait qu'elle soit femme et jeune a également pesé dans la balance.

Au final, les discussions n'auront duré que quelques semaines. Manifestement emballée par la perspective d'accompagner Arthur Sadoun dans le début de son aventure à la tête du groupe, Agathe Bousquet a rapidement donné son accord. À 43 ans, et après dix-sept ans passés au sein d'Havas, elle accepte de prendre les commandes de Publicis Groupe en France, dans le cadre d'une nouvelle organisation qui vise à regrouper tous ses métiers – technologiques, médias, créatifs.

« Agathe aura pour mission (...) d'intégrer toutes nos expertises afin de réinventer notre relation avec nos clients », a souligné Arthur Sadoun, même génération et même goût pour la compète. Maurice Lévy la place résolument du côté des clients : « Elle aura pour mission d'aider nos clients à tirer le meilleur parti de nos talents et de bénéficier de la totalité des ressources du groupe. »

Le 1^{er} septembre, transfert de l'année, Agathe Bousquet prend donc les commandes de Publicis Groupe en France. Plus qu'une nomination, l'accession à ce véritable poste de pouvoir nouvellement créé l'amène à superviser l'ensemble des activités du groupe dans l'Hexagone, troisième marché de Publicis, des offres mises en place, il y a dix-huit mois, dans le cadre de la nouvelle organisation Power of One centrée non plus autour des agences, mais autour des grands clients du groupe.

Mission : booster

Sa mission ? Ériger le groupe français en figure de proue créative et stratégique du navire amiral Publicis, troisième acteur mondial de la communication derrière les anglo-saxons WPP et Omnicom. Tout en poursuivant l'inflexion donnée par Arthur Sadoun vers la disparition des silos entre activités et une collaboration de plus

en plus poussée entre les différentes agences du groupe. Enfin, elle interviendra également sur quelques grands clients clef, comme Orange.

Mercedes Erra, présidente exécutive de Havas Worldwide et cofondatrice de BETC, reste sceptique sur ce transfert : « C'est étonnant qu'elle bouge pour ce poste. Chez Havas Paris, elle était à la manœuvre. Chez Publicis, elle entre davantage dans une fonction d'appareil. Tout le contraire de ce que je croyais qu'elle était. » Mais elle ajoute aussitôt : « Agathe est très volontaire, elle apprend vite. Elle a le sens du travail et du devoir avec cette capacité à ne jamais lâcher, à vouloir faire toujours très bien... c'est une vraie fille ! Elle saura sûrement faire évoluer son poste. »

Aujourd'hui, Agathe Bousquet veut faire de Publicis Consultants l'inverse de ce qui s'est passé jusqu'à présent avec des équipes gouvernantes en perte d'idées (passer d'agence généraliste à agence mono-expertise d'influence), et calquer le modèle Havas en bâtissant une grande agence multi-expertises du type Havas Paris (qui ferait de la pub, du digital, de l'influence, du conseil dirigeants, de l'édition, etc.). Du coup, elle rachète la boîte de Clément Léonarduzzi (Ella factory) et lui confie actuellement le rôle de constituer (en fusionnant, en rachetant, en réorganisant) une grande agence corporate. Publicis Consultants serait diluée dans cette grande structure, qui pourrait aller, dit-on, jusqu'à une fusion avec Conseil...

Le BETC de Publicis serait alors Marcel, et le Havas Paris cette fameuse structure ? À suivre.

Aux salarié.e.s de Publicis France de vivre et de constater les choix que va faire leur nouvelle présidente...

Interview

Pascale Meguerditchian Dubayle, qu'est-ce qui t'a décidée à devenir déléguée syndicale, et pourquoi Info'Com-CGT?

Il y a plusieurs années, j'ai été élue au comité d'entreprise de Publicis Atlantique, une première expérience motivante mais déconcertante. Cette instance ne fonctionnait pas pleinement, le manque de formation des élu.e.s et de la direction nous enfonçait dans des débats creux, sans grand intérêt pour les salarié.e.s. Du coup, j'ai baissé les bras. Des années plus tard, un harcèlement avec tentative de mise au placard sans aucun soutien de ma direction m'a démunie et révoltée. Je n'aurais pas pu affronter seule cette situation sans le soutien de précieux collègues et sans Info'Com, qui m'a judicieusement rappelé les droits et les devoirs impliqués dans un contrat de travail.

Des élections se présentaient. Confortée par ce soutien juridique et avec l'aide d'une formation ad hoc, monter une liste syndicale ouverte à tous dans une ancienne entreprise familiale de province, rachetée par Publicis, devenait possible. Le but était d'installer un dialogue au profit des salarié.e.s. La possibilité de travailler en collaboration avec les autres délégués syndicaux du Groupe est essentielle, c'est un atout avec Info'Com. Et même si nos préoccupations en région sont très différentes, la défense de l'emploi reste LA préoccupation principale. Info'Com nous offre, en outre, la possibilité de participer aux accords Groupe.

Comment as-tu fait progresser la cause des salarié.e.s chez Activ?

Péniblement ! Je suis déléguée syndicale de six établissements : Nancy, Strasbourg, Brest, Nantes, Bordeaux, Marcillac et Toulouse, et je n'ai pas la possibilité d'exercer pleinement mon mandat. Ce n'est pas simple tous les jours. De plus, nous ne sommes qu'un comité d'établissement, qui ne décide rien sans l'aval du

comité central, aussi le jeu de la direction est de renvoyer les questions d'un comité à un autre. Après deux mandatures consécutives dans différentes instances représentatives du personnel, je pense que l'écoute de la direction s'est améliorée et que l'idée de coopération s'est installée. Nous remontons les préoccupations des salariés et, si nous obtenons des réponses parfois alambiquées, alors nous reformulons plus simplement. Nous arrivons à avoir quelques résultats tangibles et obtenons des informations qui nous manquaient au début de nos mandatures.

Concrètement, nous avons redistribué plus



socialement le budget des activités sociales et culturelles, obtenu une augmentation des tickets restaurant et, dernièrement, du budget du comité d'entreprise, minime, mais une augmentation tout de même !

Notre plus gros travail reste l'écoute et le conseil aux salariés qui nous sollicitent dans de nombreuses et différentes circonstances.

Quel impact a la politique Groupe chez vous ?

L'établissement, relativement âgé, a été rajeuni depuis un an par l'entrée des salariés

de Monkees. Néanmoins, dans l'ensemble, nous sommes loin des profils digitaux réclamés par le Groupe : plutôt non bilingues, non digital-native et plus de 40 ans.

La politique du Groupe est très obscure pour la majorité d'entre nous. Nous sommes loin d'être rassurés par des informations sur d'éventuelles offres publiques d'achat (OPA), fusions et/ou acquisitions.

Quand M. Sadoun parle d'intelligence artificielle, cela nous paraît être de la science-fiction. Cela nous préoccupe, et nous nous demandons comment l'établissement va perdurer sur son secteur de communication plus traditionnel. Nous ne sommes plus dans les standards exigés par le Groupe.

Un message à faire passer ?

Les nombreux départs (10% en un peu plus d'un an), les non-augmentations depuis plus de cinq ans, les accords quasiment pas appliqués, le grand nombre de départs en retraite possibles dans les quatre ans à venir, l'impossibilité de prétendre à une formation autre que digitale, tout cela joue sur le moral. Nous ressentons une absence de perspectives, et subissons un manque d'identification dans les projets Groupe.

Les établissements des régions en souffrent. Je plaide pour l'ouverture d'un dialogue constructif, dans l'intérêt de tous !

Au syndicat et aux salarié.e.s ?

Un message à Info'Com : continuons à faire progresser le dialogue dans les entreprises.

Un message aux salarié.e.s : ensemble, on est toujours plus forts.

Un petit mot pour Arthur et le directoire ?

Merci de clarifier votre politique concernant l'avenir des établissements en régions.

Suivez les actualités du Lion Rugissant

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