



FAISONS BOUGER LA COMMUNICATION

La publicité, victime des soubresauts de l'économie

D'avantage que les autres, les salarié·e·s de la publicité subissent, depuis des années, des fluctuations liées au baromètre économique du pays. Qu'elles ou qu'ils travaillent en agence de communication, en régie publicitaire ou dans l'affichage extérieur, ces salarié·e·s sont fortement dépendant·e·s des budgets alloués par les annonceurs. À l'exception de la grande distribution, les principaux annonceurs français – l'automobile, l'agro-alimentaire, les télécommunications, les banques, les assurances – ont été touchés par la crise sanitaire de 2020, ce qui a entraîné des annulations et des reports dans les campagnes de communication. Les directions ont profité et profitent de cette situation pour justifier des réductions d'effectifs et davantage de précarité. Les risques sur l'emploi sont donc toujours sérieux.

Les régies pub mises en difficulté par les géants du numérique

Le secteur de la publicité en France se caractérise par une hausse exponentielle, depuis quelques années, du média « internet », dont le chiffre d'affaires publicitaire n'est

désormais plus très loin d'atteindre celui des cinq médias dits historiques (la télévision, la presse, la publicité extérieure, la radio et le cinéma) – sachant que ces derniers utilisent aussi, pour une part, les outils numériques. À la clef, évidemment, un rétrécissement du marché pour les régies publicitaires au profit des géants du numérique, mais au détriment de l'emploi et des conditions de travail.

Les agences tentées par l'uberisation

Les effectifs des agences de communication sont en baisse, et nombreux et nombreuses sont les salarié·e·s incité·e·s au départ, plus ou moins volontairement. Dans le même temps, la précarité gagne du terrain avec des pratiques de mise en concurrence individuelles comme des « concours » où seul le projet retenu est rémunéré, les autres étant simplement remerciés pour leur travail gratuit...

Les salarié·e·s de l'affichage extérieur en souffrance

Dans l'affichage extérieur, les panneaux numériques remplacent progressivement les panneaux traditionnels. À défaut de formations ou de reconversions professionnelles, cette évolution entraîne pour les ouvrier·ère·s

afficheur·euse·s des licenciements et des baisses d'effectifs. Dans le même temps, l'obligation d'assurer la maintenance des nouveaux panneaux entraîne des horaires à rallonge et une dégradation des conditions de travail.

Quelles sont les revendications d'Info'Com-CGT pour les entreprises de publicité ?

Les principales orientations pour les entreprises de publicité, votées au III^e congrès d'Info'Com-CGT, sont les suivantes :

- accentuer le déploiement syndical en direction des entreprises de la publicité ; il est notamment important que les salarié·e·s connaissent leurs droits aussi bien individuels (le respect du contrat de travail) que collectifs (le droit d'élire des représentant·e·s du personnel pouvant s'appuyer sur des expertises afin de peser sur les choix stratégiques des employeurs) ;
- contraindre les employeurs à des négociations sur les technologies numériques avant toute restructuration ou licenciement ;
- construire une action revendicative commune des salarié·e·s au niveau de la branche publicité en complément de l'action dans les entreprises. ■

L'ACTION COLLECTIVE

EST-ELLE ENCORE UTILE DANS LE MONDE DU TRAVAIL ?

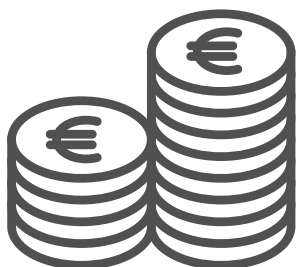
Les liens d'interdépendance qui nous unissent dans le travail sont multiples. Ceux qui nous unissent dans nos conditions de travail et de rémunération sont tout aussi nombreux, mais ils semblent beaucoup moins visibles en raison de leur individualisation toujours plus poussée. Toutes les décisions qui nous concernent sont évaluées, chiffrées et validées par l'employeur, en tenant compte des conséquences et des effets que chaque décision, que chaque stratégie auront les unes sur les autres. La difficulté pour les travailleuses et les travailleurs est que ces conséquences sont différées dans le temps et que les réactions manquent de coordination. La défense commune et collective reste, selon nous, le meilleur moyen de défendre l'ensemble du monde du travail, quel que soit le statut.

Quel syndicalisme voulons-nous ?

Tout au long de son histoire, le syndicalisme en tant que défense des intérêts des salarié-e-s a démontré son efficacité. Les droits aux congés payés et la baisse du temps de travail, pour ne citer que les plus connus, sont systématiquement issus de luttes sociales collectives. Toutefois, le syndicalisme est multiple. Celui que nous défendons s'appuie sur une analyse et sur un projet. La richesse produite n'est pas correctement répartie, les services publics sont peu à peu confiés à des intérêts privés et constituent des rentes commerciales. La pauvreté, y compris des personnes en activité, augmente.

La formation au cœur de la syndicalisation

Se syndiquer, c'est aujourd'hui pouvoir se former tout au long de sa vie et acquérir tous les outils nécessaires afin d'exercer son mandat d'élue avec les compétences requises pour être capable d'analyser la situation financière d'une entreprise, de connaître et savoir utiliser les différentes techniques de communication, notamment dans le cadre d'une négociation collective. Dans le domaine du droit social, forte de son histoire et de son attachement à l'éducation populaire, la CGT a développé un parcours de formation s'appuyant sur la pédagogie actionnelle, permettant à tout-e salarié-e motivé-e de devenir conseiller-ère du ou de la salarié-e, défenseur-seuse syndical-e ou même conseiller-ère prud'homal-e.



Vous appréciez ce support d'information ou notre action ?

Aidez-nous à financer nos activités et initiatives...

<https://www.lepotcommun.fr/pot/infocomcgt>





DES DROITS À DÉFENDRE ET À CONQUÉRIR

Les revendications portées dans les entreprises s'appuient sur les savoirs mutualisés et sur les analyses construites par les syndiqué·e·s et portées par le ou la délégué·e syndical·e. Les employeurs veulent et peuvent, grâce aux récentes dispositions comme la loi travail (2016) ou les ordonnances Macron (2017), établir des accords moins favorables aux accords existants au niveau de la branche, faisant le pari de la méconnaissance ou du désintérêt pour la négociation collective dans l'entreprise. Le manque de formation des mandaté·e·s, quand il y en a, et le chantage à l'emploi rendent difficiles le renversement de cette tendance au moins-disant social.

1. Pour la revalorisation immédiate des salaires

Certaines égalités pourraient attendre indéfiniment. Celle sur l'égalité homme-femme n'en finit plus d'être reportée. La revalorisation des salaires et des cotisations sociales n'est pas un frein, y compris pour les petites structures, c'est la concurrence déloyale du marché qui crée leur vulnérabilité. L'action collective doit être efficace et peut se solder par la négociation et par la signature d'accords favorables à la hausse des salaires et à l'amélioration des conditions de travail. Ainsi, dans toutes les entreprises bénéficiant d'une représentativité syndicale, la négociation annuelle sur les salaires est obligatoire. C'est le moment de défendre votre niveau de vie. Nous pouvons vous aider !

2. Pour un droit à la transparence financière et au contrôle

Alors que les perspectives sociales et économiques sont très inquiétantes pour les mois et les années à venir, le droit à l'information réelle et à une analyse de la situation économique de l'entreprise ou de la filiale devrait être accessible à tout·e salarié·e, quelle que soit la taille de l'entreprise. La création artificielle de sociétés de moins de 50 salarié·e·s pour s'exonérer des obligations en matière d'informations stratégiques, financières et sociales empêche les représentant·e·s du personnel et les salarié·e·s d'analyser la situation réelle de l'entreprise, alors que celles-ci bénéficient d'aides publiques, alors que pèsent sur eux

une pression considérable, et alors même que, selon la Constitution, « *tout travailleur participe, par l'intermédiaire de ses délégués, à la détermination collective des conditions de travail ainsi qu'à la gestion des entreprises* » (alinéa 8 du préambule de 1946).

3. Pour l'encadrement du télétravail

Les premiers résultats de l'enquête sur le télétravail menée par la CGT démontrent la nécessité de défendre un accord qui responsabilise et qui répartit les bénéfices du télétravail, notamment par la prise en charge, prévue par la loi, de ses coûts (moyens de production, réseaux, énergie, consommables, etc.).

4. Pour une interdiction des licenciements dans les entreprises qui font du profit

Autoriser des licenciements ne doit pas être possible. Si les actionnaires ou employeurs ne peuvent plus être exonérés de leur responsabilité environnementale, ils ne peuvent pas davantage échapper à leur responsabilité sociale. Si les employeurs ne sont pas responsables de la crise sanitaire de 2020, le monde du travail non plus. C'est à ce titre que les sociétés les plus prospères et celles qui ont profité de la crise pour se réorganiser et faire des économies sur le dos des salarié·e·s devraient avoir l'obligation d'abonder un fonds de soutien aux petites entreprises, victimes par ailleurs de la position dominante et de la concurrence déloyale des premières.

**SE
SYNDIQUER**



**NE RESTEZ PAS
ISOLÉ·E**

JEMESYNDIQUE.ORG

