

ORGANISONS UNE FORCE COLLECTIVE POUR PLUS DE JUSTICE SOCIALE DANS L'ENTREPRISE

Les salariés sont le premier atout de l'entreprise, la première raison de la performance économique de Publihebdos : un fait que les classements de la presse confirment d'année en année. Pour autant, le dynamisme de l'entreprise ne doit pas occulter les faiblesses de l'organisation du travail, trop souvent défaillante et source de différentes formes de souffrances au travail.

Nous l'avons dit et redit au cours du mandat précédent, **les moyens consentis sont souvent insuffisants** :

- rémunérations trop faibles pour tous les métiers ;
- évolutions de carrières lentes voire stagnantes ;
- effectifs parfois réduits par rapport à la charge de travail ;
- absence de stratégie d'entreprise pour accompagner la mutation des ateliers de fabrication et imprimeries ;
- plan de formation faiblard ;
- encadrement insuffisant.

Enfin, de manière générale, nous le constatons, les salariés ressentent trop souvent un **manque de considération** de la direction vis-à-vis du travail fourni.

Journalistes : une rémunération trop faible et des conditions de travail qui restent à surveiller

Le métier a profondément changé : veille quotidienne, animation des réseaux sociaux, périodicité bouleversée... Le travail des journalistes de Publihebdos se confond de plus en plus avec celui des quotidiens. Or, la rémunération est loin de correspondre à la grille de la presse quotidienne régionale, référence en la matière. Sur cette question, nous réaffirmons la nécessité d'une évolution à la hausse de la rémunération, d'autant plus pour les journalistes en pure-players. La direction ne l'entend pas ainsi. D'où la nécessité d'un soutien des salariés au travers du vote aux élections pour établir un rapport de force.

Donnez-nous une représentation plus forte pour peser dans les négociations !

La pression exercée sur la recherche d'audiences dans l'ensemble des rédactions, la mise en concurrence des journalistes via des primes sur objectifs à l'instar des commerciaux, entraînent une perte de sens du métier, et dégradent considérablement les conditions de travail. **Replaçons la qualité de l'information au cœur des préoccupations, et limitons les papiers "faciles" qui rapportent des clics, mais pas forcément des lecteurs.**

L'évolution du métier entraîne également de nouvelles contraintes d'organisation. Nous avons à cœur de suivre ce sujet, en rappelant aussi souvent que nécessaire à la direction son obligation de santé au travail, pour chaque salarié. Nous avons déjà obtenu des avancées notamment dans les rédactions verticales d'Actu où la situation était intenable après les droits d'alerte d'Info-Com CGT et la mobilisation relayée auprès des élus du CSE pour le lancement d'une expertise pour risque grave. Il reste beaucoup à faire, cela passera notamment par des inspections de la CSSCT (Commission santé et sécurité et conditions de travail), compétente pour garantir des conditions optimales. On ne fait pas n'importe quoi avec le code du travail !



Avec votre soutien aux élections, nous serons davantage d'élus Info'com-CGT pour faire entendre votre parole.

La négociation d'un accord sur le travail dominical est un des enjeux du prochain mandat. Publihebdos a déjà traduit sa volonté d'élargir le travail le week-end en précisant cette formalité dans les contrats de travail signés des nouveaux journalistes. Pour nous, il est impératif de ne pas imposer le travail le dimanche, de limiter le nombre de week-ends travaillés dans l'année pour les rédactions où la direction est passée en force, sans consultation des représentants du personnel. La direction refuse catégoriquement de sortir le porte-monnaie pour compenser cette contrainte qui bouscule pourtant l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée.

Dès lors, tout l'enjeu consiste à encadrer le travail dominical déjà existant, tout en restant sur la base du volontariat pour les rédactions dans lesquelles il n'existe pas d'historique de travail le week-end. Nous veillerons au respect du cadre légal, par exemple en demandant la mise en place de jours de repos compensateurs, au lieu d'imposer la pose de jours de RTT comme c'est le cas dans plusieurs rédactions.

Ateliers de fabrication et imprimeries : accompagner la mutation

La redéploiement en ligne des publicités et des AJL (annonces légales et judiciaires) bouscule l'activité dans les ateliers et génère une légitime inquiétude des salariés des ateliers. La mutation de ces métiers vers toujours plus de digital doit absolument faire l'objet d'un accompagnement vers de nouvelles compétences. De même, le choix d'un transfert partiel des tâches de montage vers les rédactions, a redistribué la charge de travail sur les sites. Ces nouvelles configurations ne sont toujours pas calibrées. Il est urgent de définir une organisation du travail adaptée à la réalité du terrain. Du côté des imprimeries, les effectifs des

ouvriers baissent d'année en année, signe qu'il faut maintenir une vigilance accrue sur notre dernière imprimerie. Après la fermeture du centre d'impression de Bernay, le site de l'Impram à Cavan doit être préservé, les métiers des ouvriers revalorisés. **Pour toutes ces problématiques, l'entreprise doit cesser de faire l'autruche et se donner les moyens de ses ambitions.**

Revoir l'encadrement, source de souffrances au travail

L'encadrement des salariés par une hiérarchie claire, au plus près des salariés est essentiel. La barque est lourde pour les managers qui, bien souvent, pâtissent d'un manque de formations autour du management, source d'incompréhension. Nous militons pour que la direction tienne compte de l'importance de la communication, à tous les niveaux de la hiérarchie, pour adoucir les rapports dans les services.

Le métier de responsable des ventes et de la promotion (ex-animateur des ventes) s'est intensifié

Les responsables des ventes, ces métiers de l'ombre, chargés de l'animation des ventes, trop souvent oubliés des discussions, subissent aussi une charge de travail importante avec

une demande toujours plus pressante de combler l'érosion des ventes de journaux papier et la baisse des abonnements. Sur de grands secteurs, avec un nombre de titres conséquents pour certains, ils doivent également avec peu de moyens qui leur sont mis à disposition, assurer l'animation sur les réseaux sociaux. Leurs charges administratives sont également importantes. Le print est clairement délaissé : Le web-first de plus en plus généralisé dans les rédactions, oblige les responsables des ventes à convaincre de l'intérêt du papier et trouver diverses solutions pour pallier aux baisses des ventes. Et ce, auprès de lecteurs de plus en plus connectés pouvant retrouver une grande partie (voire l'intégralité) des contenus, gratuitement sur notre site web et souvent, avant même qu'ils ne soient édités sur le print. Les contacts de terrain (notamment avec les diffuseurs) se font de plus en plus rares pour certains, faute de temps.

L'entreprise déploie des moyens considérables pour recruter des nouveaux abonnés, mais quid des moyens pour sauver le papier et fidéliser les anciens abonnés qui pourraient être tentés eux aussi de trouver la même information, gratuite, sur le web ?

VOTEZ INFO'COM-CGT !



1. COLLÈGE OUVRIERS / EMPLOYÉS



Martine Savary,
comptable



Yann Sylvestre,
responsable des ventes
et de la promotion
(animateur des ventes)



Véronique Picavet,
employée PAO

2. COLLÈGE CADRES



Lindsay Eude,
responsable adjointe
d'atelier

3. COLLÈGE JOURNALISTES



Jean-Noël Berthelot,
conducteur rotative
(Impram)



Catherine Famette,
employée PAO



Delphine Revol,
journaliste
(bihebdo)



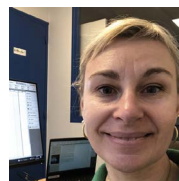
François Lefebvre,
journaliste
(hebdo)



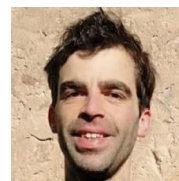
Dorine Goth,
journaliste
(Actu Paris)



Mathias Souteyrat,
journaliste
(Actu Sud-Est)



Hélène Perraudau,
journaliste,
chefe d'agence
(gratuit)



Lucas Farcy,
journaliste
(hebdo)



**Marie-Madeleine
Remoleur,**
journaliste
(bihebdo)