

SNJ Section Ile-de-France

33, rue du Louvre
75002 Paris
Tél. : 01 42 36 84 23
Fax : 01 45 08 80 33
Mail : contactrp@snj.fr
blog : <http://snj-paris-idf.org/>

Reprise pour tous ?

Ce printemps, la communication des groupes sur l'exercice 2010 est à l'unisson¹. Prisma Presse : bénéfiques en hausse de 60%. Groupe Marie-Claire : progression du chiffre d'affaires de 5%, à 220 millions d'euros. Idem pour Lagardère Active (+3,3%, à 1,826 milliard) et Mondadori (+3,2% à 355 millions). Quant à Bayard Presse, ils ont renoué avec les bénéfiques en 2010. Divine surprise : alors qu'en 2009, selon les employeurs, la presse magazine était à l'agonie, dès l'année suivante, elle recouvre une belle santé financière. Ce regain est dû à l'accroissement de l'activité multimédia, mais aussi à la reprise du marché publicitaire et à la hausse de diffusion de nombreux titres. De quoi réjouir les actionnaires qui escomptent percevoir de jolis dividendes. Et les salariés ? Sur cette période, ils ont subi des plans sociaux, le gel des salaires, la dégradation des conditions de travail liée à la baisse des effectifs. Il semblerait toutefois que les efforts consentis ou imposés aient porté leurs fruits. En serons-nous bénéficiaires ? Eh bien non, ou, du moins, pas sans une forte mobilisation, comme viennent de le prouver les salariés de Prisma Presse. Pire encore, l'embellie n'empêche pas les mauvais coups : Mondadori vient d'annoncer un énième plan social (sur ses titres de télévision) dont la seule finalité est d'accroître les marges d'un groupe déjà bénéficiaire. Plus que jamais, face à des employeurs qui privilégient la rentabilité à court terme plutôt que l'investissement, la confrontation plutôt que la concertation, le combat syndical et collectif est à l'ordre du jour. **E. B.**

(1) Sources : Stratégies du 14/04/2011 et communiqués de presse des groupes.



N° 115 - Premier trimestre 2011 - 2 euros

Prisma Presse La mobilisation a payé!

Retour sur le conflit qui a éclaté, en mars 2011, dans le deuxième groupe de presse magazine français. Au terme de cinq jours de grève, la direction a cédé et consenti des augmentations substantielles pour les salaires inférieurs à 3000 euros.

Un déménagement, finalement, ça peut être positif, surtout quand on se retrouve à 900, réunis sur le même site! D'accord, c'est en banlieue, à Gennevilliers (92). Mais jusqu'à présent, les élus devaient courir sur cinq sites différents dans Paris! Difficile, dans ces conditions, de relayer l'info, de mobiliser les troupes et d'organiser un rapport de forces. Prisma a déménagé en décembre et janvier derniers. Et l'intersyndicale (SNJ/CGT/FO) a bien compris le parti qu'elle pouvait tirer de cette nouvelle donne : venir au contact de l'ensemble des salariés. Ce déménagement a généré un fort mécontentement : les journalistes se retrouvent en *open space*, et sont en butte à toutes sortes de changements dans l'organisation du travail. Dans le même temps, la direction décide d'imposer la polyvalence entre les rédactions *print* de *Femme Actuelle*, *Prima* et *Femmeactuelle.fr*. Le CE alerte le CHSCT, demande une expertise sociale et économique... De leur côté, les salariés du pôle télé (*Télé-Loisirs*, *TV Grandes Chaînes*, *Télé 2 Semaines*) travaillent en permanence en sous-effectif. Il faut donc faire voter une motion en CE, alerter l'inspection du travail et demander un plan de réduc-

tion de la précarité. Entre les plans sociaux (*Femmes* et *VSD*), les salariés qui partent en retraite et ne sont pas remplacés, ceux qui refusent de venir à Gennevilliers et qui démissionnent, et enfin la règle de deux absents pour un remplacement en CDD... le stress, la pression et les heures de travail à rallonge sont le lot de beaucoup. Bref, les raisons d'insatisfaction - et de mobilisation - ne manquent pas! C'est dans ce contexte que, le jeudi 3 mars, se déroule la dernière réunion de négociation annuelle obligatoire (NAO). La direction ne veut toujours pas entendre parler d'augmentation de salaires, encore moins d'une prime de déménagement. Alors, ce matin-là, l'intersyndicale appelle à une assemblée générale. Bien vite, plus de 300 personnes se réunissent au rez-de-chaussée de l'établissement. A l'issue de l'AG, la grève est massivement votée. Le travail de mobilisation se poursuivra jusqu'au mercredi 9 mars. Rolf Heinz, le PDG, fait la sourde oreille. Il ne prend pas la mesure de la détermination du mouvement, ne propose qu'une augmentation de 53€ au 1^{er} mars, et une éventuelle rallonge en

(Suite page 2)

DANS CE NUMÉRO • Page 2 Mondadori en grève • Page 3 Assemblée générale 2011 de la section SNJ d'Ile-de-France
• Page 4 Formation professionnelle. Donner vie aux Solidaires Médias

Mondadori : parole de gréviste

Un conflit salarial éclate fin mars 2011, peu après celui de Prisma Presse, cette fois dans le troisième groupe de presse magazine français! Là aussi, le regroupement des salariés sur une entité unique aura eu du bon...

A l'heure où les comptes 2010 des entreprises commencent à tomber, les négociations salariales (NAO) débutent à Mondadori dans une ambiance morose, les salariés étant anesthésiés depuis le déménagement à Montrouge (92) et leurs conditions de travail insupportables : plateaux sans possibilité de concentration, bruit infernal lié à la promiscuité (5 m² par personne)...

Lundi 14 mars, nouvelle AG pour restituer aux salariés les propositions misérables de la direction, face aux revendications portées par l'intersyndicale (CGT, SNJ, FO, CFDT, CGC) : « 150 € pour tous », les salaires n'ayant pas progressé depuis trois ans.

La grogne monte et la grève est votée par 250 salariés. Les idées fusent : faisons des banderoles, inventons des slogans, fabriquons des billets de 150 €, investissons le Salon du livre, squattons l'étage de la direction alors que Marina Berlusconi, PDG du groupe, est annoncée le lendemain pour un conseil d'administration.

Slogans musclés

Dont acte : le mardi 15 après-midi, les grévistes, plus nombreux que la veille, brandissant des pancartes, faisant un boucan d'enfer, s'invitent au 5^e étage, où le conseil d'administration a lieu. La DRH, impassible, quoique troublée, nous indique qu'on n'a pas idée de perturber ainsi un CA. Marina est invisible. Protestations vigoureuses : « 150 €, 150 € ! » Les négociations continuent sans avancée significative. Les comptes de Mondadori doivent sortir le 21 mars à la bourse de Milan. Il faut tenir jusque-là, la direction ayant décidé de conclure

les NAO avant cette date, bien entendu. Les grévistes sont de plus en plus nombreux et la dynamique s'enclenche ; le mercredi 16, les affiches fleurissent, les rédactions font des couvertures avec des slogans musclés et drôles, nous tapissons les halls, cantine, couloirs du sol au plafond, la planche à billets fonctionne à plein régime, il y en a partout ! Puis *Grazia* entre dans la danse et vote la grève le soir même. Le fleuron du groupe fera pencher la balance s'il ne sort pas, nous en sommes certains. L'espoir grandit.

Le jeudi 17, il n'y a toujours pas d'avancée malgré la forte mobilisation et le mot d'ordre de grève générale ; quelques curseurs bougent, un 0,5 % devient 0,8 %...

Nous inventons des chansons, des tablées de grévistes se font à la cantine et les salariés, auparavant dispersés sur trois sites à Issy-les-Moulineaux, font connaissance. Nous nous sommes enfin approprié le site de Montrouge ! Il faut tenir jusqu'au 21 mars. Déjà, le

quatrième jour de grève, l'addition s'annonce lourde pour les salariés, la caisse de grève circule, les plus fragiles commencent à baisser les bras, mais *Grazia* tient ! *Closer* et les rédactions « programmes » des titres télé aussi ! Ce sont les hebdomadaires le nerf de la guerre, nous le savons, la direction également. Vendredi 18, jour de RTT, les grévistes sont moins nombreux, la pression s'accroît sur la rédaction de *Grazia*, qui finit par céder le lundi midi en reprenant le travail. Les programmes télé ont été externalisés, *Closer* sera bouclé. Le mouvement s'arrête. Et nous n'avons pas eu le détail des comptes en temps utile.

Au final, le groupe Mondadori aura distribué 44 millions d'euros de dividendes à ses actionnaires pour l'exercice 2010 et très peu à ses salariés : 4,10 % d'augmentation pour les salaires inférieurs à 2000 €, entre 2,5 et 3,5 % de 2000 à 2750 €, etc.; ainsi qu'un supplément d'intéressement de 300 € aux bénéficiaires de la prime d'intéressement 2010. **M. L.**

Prisma Presse (Suite de la première page)

décembre, en fonction du chiffre d'affaires. Il ne veut pas entendre parler de la prime de déménagement de 1500 €. Tous les matins, l'assemblée générale reconduit la grève. La direction ne lâche rien ! A Gennevilliers, les habitants du quartier, éberlués, découvrent derrière leurs grilles ces journalistes en colère qui crient : « Heinz, envoie la sauce ! » ou « 150 € pour tous ! ».

Mardi 8 et mercredi 9 mars sont des journées cruciales : si les salariés de *Voici* poursuivent la grève, ce titre ne sortira pas le samedi suivant ! Et la direction le sait. Un magazine absent des kiosques, ça fait toujours mal. Le cortège des grévistes s'installe – pacifiquement – dans la rédaction de *Voici*, au plus près des rares personnes tentant encore de boucler le journal...

S'ébrouer dans les couloirs, découvrir des bureaux exigus, des open space in-

vivables, bavarder avec les collègues perdus de vue... débouler à 150 dans le bureau du DRH... Eh oui ! Le regroupement, ça a du bon ! Pendant ce temps, l'intersyndicale négocie dur.

Il faudra attendre l'ultime réunion de mercredi après-midi – et l'aval de la direction allemande –, pour avoir des propositions d'augmentations enfin décentes, soit 106 € d'augmentation jusqu'à 3000 € ; 70 € pour les salaires supérieurs avec un rattrapage en décembre si le chiffre d'affaires le permet et un plan de rattrapage pour les salaires inférieurs à 2000 €.

Hélas ! Comme on pouvait le craindre, la demande d'augmentation du tarif des piges de 10 % passe à la trappe. Mais les salariés sont majoritairement d'accord pour retourner dans les jolis bureaux paysagés... Il faut savoir terminer une grève. **L. C.**

Rapport d'activité 2010-2011

L'année syndicale en Ile-de-France

L'année 2010-2011 de notre section régionale a été dominée par l'action contre la souffrance au travail et la précarisation accrue, ainsi que par le renforcement de notre représentativité syndicale dans les entreprises.

Plus du tiers des adhérents du SNJ cohabitent en Ile-de-France, section régionale importante tant par ses effectifs – un millier environ – que par le nombre et la diversité des entreprises et des formes de presse, écrite, audiovisuelle et de plus en plus, sur internet. Internet sur qui nos employeurs ont placé tous leurs espoirs, mais peu investi et pas beaucoup embauché – du moins en CDI. Pendant cette année 2010-2011, on a beaucoup râlé, espéré, marché, piétiné, en particulier pour notre retraite, désormais plus lointaine.

L'activité du conseil syndical

Le congrès annuel du SNJ, cette année à Paris, a « consommé », pendant les mois de sa préparation, beaucoup d'énergie, notamment pour *Le Journaliste spécial, Journalistes, mythes et réalité*, qui est un beau succès – nous l'avons tous reçu. Pendant les trois jours de travail et d'échanges, des étudiants de deux écoles ont apporté leur contribution : Le CFJ pour le traditionnel petit quotidien imprimé, et le Celsa, qui a réalisé le premier journal vidéo d'un de nos congrès (toujours visible sur le blog : snj-paris-idf.org)
Une rencontre journalisme-précarité-syndicalisme s'est tenue afin de mieux connaître les difficultés de la bonne centaine d'entre nous qui se trouvent ac-

Conseillers des salariés

Ils interviennent lors des entretiens préalables aux licenciements, dans les entreprises dépourvues de représentants du personnel – autant dire qu'ils sont plus qu'utiles en Ile-de-France, où se trouve un grand nombre de petites sociétés de presse. Deux départements qui regroupent un grand nombre d'entreprises de presse, les Hauts-de-Seine et Paris, ont des conseillers des salariés SNJ.

tuellement en position très précaire. Le blog, encore récent, a ronronné un peu, cependant que le *SNJ Info* met du temps à se redéfinir.

Tant le conseil que l'action syndicale en entreprise ont dû rester très vigilants, actifs et déterminés au niveau des élections professionnelles, primordiales pour accroître la représentativité de notre syndicat, et par là assurer sa pérennité.

Les permanences

Essentiellement tenues à Paris par des militants, permanenciers bénévoles, de l'Ile-de-France, elles répondent aux besoins de tout le SNJ.

Action syndicale en entreprise. A côté de la permanence destinée aux délégués actuels et potentiels (information, assistance...), l'action syndicale a fait un effort particulier, cette année, pour négocier les protocoles préélectoraux des entreprises où le SNJ n'était pas encore représenté, mais où nous pouvions avoir des candidats et/ou créer des sections syndicales. Des démarches couronnées de succès à ABC, les Editions Dalloz, L'Equipe 24/24, Fleurus Presse, Radio Orient, Le Revenu, RSF.... Si des élections se préparent dans votre entreprise, pensez à prévenir immédiatement la permanence.

Emploi. Quelques offres continuent à nous parvenir, mais elles ne sont pas forcément exploitables (lorsqu'on demande des « bénévoles » pour faire un travail de journaliste, par exemple!). Trop peu viennent des militants en poste. Pourtant, mutations, congés de maternité, déménagements, départs en retraite perdurent, avec ou sans « crise de la presse ». Par ailleurs, les journalistes qui ne sont pas ou plus en poste sont confrontés à une précarisation grandissante : on leur propose d'être payés

en droits d'auteur, de s'inscrire comme auto-entrepreneurs. Des « non-solutions » qui sont pourtant des réalités. Jusqu'où pourront tenir les précaires que le SNJ ne peut orienter que vers le cadre juridique ? Une réflexion globale doit s'engager au plus vite pour que la permanence « emploi » ne devienne pas qu'un bureau des pleurs.

Juridique. Le bilan de l'année (conseils des permanenciers par téléphone, sur place et par mails) s'articule autour de trois profils. De nombreux pigistes qui voient leurs piges diminuer, ce qui les précarise. Dans les entreprises où le SNJ a des représentants, nous les orientons vers ces militants. C'est plus compliqué dans de petites entreprises où des confrères qui ont accepté de travailler sous le régime de l'Agessa ou comme auto-entrepreneurs se retrouvent sans travail d'un jour à l'autre et sans explication. Pour les journalistes postés, une recrudescence de maltraitances est ressentie, du fait de la détérioration des conditions de travail (comment faire plus ou mieux avec des équipes amoindries), d'une désolidarisation visible entre les journalistes et, au final, un sentiment d'isolement et d'impuissance. La permanence tente d'inciter les confrères auxquels elle répond à se syndiquer pour peser davantage et collectivement sur un système destiné à les affaiblir.

De plus en plus de questions portent sur la déontologie et le travail du journaliste : « Ma rédactrice en chef m'a demandé de voir avec le chef de pub quel article je dois faire pour mettre en valeur telle entreprise. Puis-je refuser ? Qu'est-ce que je risque ? » Enfin, de nombreuses demandes concernent les ruptures conventionnelles, les possibilités de départ, les questions de maladie et maternité, Pôle emploi, la carte de presse, la clause de cession et la commission arbitrale, où le SNJ et ses militants sont très présents...

Une permanence par mail est par ailleurs assurée sur la fiscalité et sur le décryptage des bulletins de paye.

Quel avenir pour Médiafor ?

La réforme des organismes de formation professionnelle pourrait transformer dès l'an prochain la gestion de la formation des journalistes de presse écrite.

Le système français de formation professionnelle, et plus particulièrement ses modalités de financement, vivent actuellement une profonde réforme voulue par les partenaires sociaux et le gouvernement depuis 2009. Dans cette actualité, l'avenir de Médiafor, outil de financement de la formation professionnelle de la presse écrite, est incertain.

Médiafor est en quelque sorte la « tirelire formation » de la presse écrite (2500 entreprises, 70000 salariés couverts). Techniquement, c'est un « organisme paritaire collecteur agréé » (Opca). Les entreprises y versent des fonds (25 millions d'euros) qui sont mutualisés, puis consommés par les salariés de ces mêmes entreprises selon les besoins. Médiafor finance ainsi le Congé individuel de formation (CIF), le Droit individuel à la formation (DIF), le contrat et la période de professionnalisation et une partie du plan de forma-

tion des entreprises (l'autre partie du plan étant gérée en interne par les entreprises). Médiafor est également l'outil de financement de la formation des pigistes de la presse écrite : pour leur faciliter la vie, toutes les possibilités de formation des pigistes sont rassemblées à Médiafor, et ils n'ont pas à demander d'autorisation de formation à un de leurs multiples employeurs. Au total, on estime que la moitié de l'effort financier des entreprises de presse en matière de formation professionnelle transite par Médiafor : c'est donc un enjeu capital. Point fondamental : Médiafor est une instance totalement paritaire. Douze représentants des syndicats d'employeurs et douze représentants des syndicats de salariés (les cinq confédérations et le SNJ) siègent au conseil d'administration. La réforme en cours impose désormais aux Opca de peser 100 millions d'euros. Médiafor doit donc s'allier à un autre Opca. Depuis plus de deux ans,

des négociations ont lieu avec l'Afdas, Opca du spectacle vivant, de l'audiovisuel et des loisirs (160 millions d'euros). Problème : les relations entre Médiafor et l'Afdas n'ont cessé de se détériorer. L'autonomie de gestion des fonds, la reprise des treize salariés de Médiafor et la gouvernance paritaire sont parmi les points de tension. Conséquence : les partenaires sociaux qui gèrent Médiafor se sont tournés vers un autre interlocuteur, un Opca interprofessionnel Agefos-PME (800 millions d'euros) qui héberge déjà 40 branches via un système de section professionnelle paritaire à gestion autonome.

Quelle option choisir ? Celle d'Agefos-PME faciliterait la vie (autonomie de gestion, maintien des personnels...), mais la jonction avec les journalistes de l'audiovisuel qui sont à l'Afdas ne se ferait pas. A l'inverse, celle de l'Afdas aurait le mérite de pouvoir à terme rapprocher tous les journalistes, mais l'autonomie financière de la presse écrite dans cet ensemble, ainsi que sa gouvernance politique ne sont pas clarifiées. Les négociations continuent et doivent être tranchées avant le 1^{er} septembre 2011. **L. G.**

AU COMITÉ NATIONAL D'AVRIL

Donner vie aux Solidaires Médias

Le SNJ doit-il rester dans l'Union Solidaires ? Le comité national du SNJ, les 1^{er} et 2 avril, fut l'occasion une nouvelle fois d'aborder la question. Syndicalement, le problème se pose : depuis quelques années, des syndicats Sud Médias, en contravention avec le règlement de Solidaires, qui n'admet pas plusieurs syndicats sur le même créneau, briguent les places dévolues au SNJ. Dernièrement encore, une section Sud Médias Express Roularta a été créée.

Annick Coupé, secrétaire générale de l'Union, rechignant, malgré de multiples rencontres, à prendre position sur la question, la réponse pourrait être de quitter l'Union Solidaires! Sauf que... l'implication de militants du SNJ au sein de l'Union est de plus en plus prégnante, tant dans les régions qu'au national. Des membres du conseil parisien prennent part aux réu-

nions de Solidaires Paris. De même, le SNJ profite pleinement des formations syndicales organisées par Solidaires.

« Si les Sud Médias se multiplient, c'est qu'ils répondent à un besoin, avance Olivier Cimpello, membre du bureau national du SNJ : celui d'un syndicat multi-catégoriel dans les entreprises de presse. Il faut se battre sur ce terrain-là et créer, en complément du SNJ, des syndicats Solidaires Médias syndiquant les autres métiers de la presse. A ce jour, un seul a été créé, grâce au SNJ, dans le Sud-Ouest. » Il semble difficile de trouver des candidats non journalistes pour créer ex nihilo un syndicat. D'où l'intérêt de sensibiliser des employés et des cadres à cette démarche. Pour la faciliter, le SNJ devrait éditer une fiche détaillant les différentes étapes de création d'un syndicat Solidaires Médias. **J.-B. G.**

PERMANENCES SNJ

33, rue du Louvre, 75002 Paris

ACCUEIL ACTION SYNDICALE :

le jeudi, de 19 h 30 à 20 h 30

EMPLOI :

le jeudi, de 19 h 30 à 20 h 30

JURIDIQUE :

le mercredi, de 10 h 30 à 12 h (par téléphone) et de 14 à 16 h

SNJ INFO (sous-titre : L761-2)

Organe du SNJ Ile-de France
33, rue du Louvre, 75002 Paris

Tél. : 01 42 36 84 23

Fax : 01 45 08 80 33

Site : www.snj.fr

Mail : contact-rp@snj.fr

ou snj@snj.fr

Directeur de la publication :

Mario Guastoni

Responsable éditorial :

Eric Bissenger

Commission paritaire :

0211 S 07721

Imprimerie Hemmerlé,
75002 Paris

