



EDITO

L 761 - 2

Qui fait monter le FN ?

Les organes d'information sont-ils responsables de l'ascension du FN ? Deux courants principaux s'affrontent, qui pourtant tous deux répondent « oui ». Pour les uns, « les médias » ont disséminé les « idées d'extrême droite » et offert une trop grande place aux lepénistes, le plus souvent pour faire de l'audience. D'autres avancent que des journalistes, en s'autocensurant sur certains sujets (islam, immigration, insécurité...), ont pêché par « déni de réel », conduisant un nombre croissant d'électeurs, par réaction, à se jeter dans les bras frontistes. Que faire ? En fait, puisque la presse écrite est supposée maîtresse de sa ligne éditoriale, la question se pose d'abord à l'audiovisuel, en particulier public, tenu à une obligation d'impartialité. Ainsi, le SNJ de France 2 a relevé que le dernier débat télévisé de la campagne européenne faisait la part trop belle à l'immigration ⁽¹⁾. Ces derniers temps, la controverse porte sur la « dédramatisation » (terme qui en lui-même signifie un point marqué par les frontistes). Les journalistes doivent-ils « traiter » le FN comme n'importe quel autre parti ? Le moins qu'on puisse dire, c'est que, depuis 30 ans, l'attitude inverse n'a pas satisfait l'objectif affiché par ses promoteurs (faire reculer l'extrême droite). Autre paradoxe amusant. Taper sur les journalistes fait du « buzz », et donc, à droite comme à gauche, on sacrifie volontiers à ce « bashing ». S'en prendre au thermomètre permet d'éviter de se pencher sur l'origine de la fièvre.

Eric Marquis
Secrétaire général du SNJ Ile-de-France
emarquis@snj.fr

(1) Voir <http://snjfrancetv.fr/debat-sur-leurope-sur-france-2-des-paroles-et-des-peurs/>

Négo salariale PQN : un demi point et puis c'est tout !

On l'oublie souvent, la négociation collective des salaires ne passe pas que par la NAO (négociation annuelle obligatoire) dans l'entreprise. A l'échelon supérieur, au niveau des formes de presse, les négociations paritaires (employeurs-syndicats) nationales portent sur les salaires minimaux (les "Smic" de la profession), revus périodiquement, et qui s'imposent aux entreprises.

Qui a dit que les dirigeants du Syndicat de la presse quotidienne nationale (SPQN) avaient tendance à laisser traîner les choses ? Certainement pas les représentants syndicaux qui avaient été conviés en urgence, vendredi 23 mai, à une négociation salariale de la PQN 2014, après plus d'un an et demi sans rencontre paritaire dans la branche. Trois jours seulement après avoir lancé les invitations, c'est au pas de course que Marc Feuillée, président du SPQN et directeur général du *Figaro*, a mené les débats. Après un court préambule sur la crise de la presse et les malheurs de ses patrons, le président du SPQN a précisé que cette réunion porterait uniquement sur l'augmentation collective applicable aux barèmes de la branche. « *Ce n'est pas un hasard si il y a une stabilité salariale, nous sommes en grande difficulté.* » D'entrée, il a ainsi balayé toutes possibilités d'aborder d'autres sujets de négociations, comme les grilles conventionnelles et la valeur unique du point. Après un tour de table où les autres négociateurs ont à peu près exprimé la même revendication que le SNJ, à savoir une revalorisation de 2 % et un accord englobant l'ensemble des catégories de la branche, Marc Feuillée a dévoilé la proposition du SPQN, fermant immédia-

tement la porte à une quelconque discussion : « *Nous avons réfléchi à ce que nous pouvions faire ; et nous allons le soumettre à signature dès le lundi 26 mai.* »

Cette proposition se décline en trois points. Primo, cet accord s'appliquerait à toutes les catégories professionnelles de la branche. Secundo, une revalorisation de 0,5 % serait appliquée sur les barèmes PQN dès le 1^{er} mai. Et tertio, cet accord devait être signé rapidement pour permettre son application au 1^{er} mai... « *Vous devez nous faire une réponse rapide* », a-t-il conclu, après moins d'une heure de réunion. Le président du SPQN a curieusement justifié la faiblesse de la proposition par... l'absence de mobilisations sociales dans les journaux !

Même si une clause de « revoyure » est prévue au mois de septembre, 0,5 % d'augmentation ne compense même pas l'inflation constatée sur une année glissante de mai 2013 à mai 2014 (0,53 %) et est très éloigné des prévisions pour 2014, de l'ordre de 1,1 à 1,3 %. De plus, cette proposition n'aurait que peu d'effets sur le pouvoir d'achat, l'augmentation portant sur les barèmes et non sur les salaires réels.

Patrick Bele (SNJ Le Figaro)
et Francis Magois (SNJ L'Equipe)

Déontologie : résister pied à pied

Les journalistes sont-ils devenus des communicants au service d'une « marque » de presse et de ses actionnaires ? De bons petits soldats bien productifs, sachant dégainer plus vite que leurs rivaux ? On témoigne, on débat, on commente – et on défend l'impérieuse nécessité d'un peu, beaucoup de morale dans le métier.

Aïe, sale temps pour l'intégrité morale des journalistes. Une douzaine d'entre eux ont témoigné, ce 27 mai dernier, à l'atelier « déontologie » proposé par le SJN section Ile de France dans les locaux du CFPJ* à Paris. Sous couvert de survie économique, il ne s'agit plus désormais que de produire plus, plus vite, tout en séduisant les annonceurs. Résister est-il suicidaire ? On serait tenté de le croire. Courte vue : au contraire, organisons la résistance, il en va de la pérennité de la presse.

« Tu dévends l'info ! » Pierre Ganz, qui anime le débat aux côtés de Dominique Pradalié, évoque d'emblée une « *perte des repères déontologiques* » chez les plus jeunes, qui « *n'ont plus le temps de se poser la question* » et manquent de « *confrères plus âgés, absents* », sur lesquels s'appuyer.

Chez BFMTV, rapportent deux journalistes, il faut avant tout « *être les premiers* ». Quitte à, en mars 2012, annoncer – à tort, elle n'aura lieu que 24 heures plus tard – l'arrestation de Mohamed Merah, sur la foi d'une source peu sûre. D'autres médias ont repris l'info, et « *la direction était contente, on a eu 31 % d'audience !* » Il



Pierre Ganz, Eric Marquis et Dominique Pradalié animaient l'atelier.

s'agit ensuite « d'être vendeur » : à l'été 2012, au lendemain d'échauffourées à Trappes, la reporter constate, sur place, que le quartier est bien plus

calme, mais entend le journal de 6 heures annoncer « *une nouvelle nuit de violence* » — « *Tu dévends l'info !* », lui oppose-t-on lorsqu'elle proteste... « *En plus, ça marche : l'audience suit, et chez nous on embauche : de 70 salariés au départ, nous sommes 300...* »

« *C'est la défaite du terrain contre les bureaux*, résume Jacques-Marie Bourget, grand reporter. *Là où ils se croient mieux informés, par Internet, Twitter, etc.* » La tendance a même précédé l'arrivée de ces médias – en 1989, à Timisoara (Roumanie), le journaliste a de ses propres yeux vu le prétendu « *crime de*

masse » annoncé en gros titres : une quinzaine de corps à la morgue, « *recousus de la gorge aux doigts de pied, autopsiés* ».

De plus, « *on reste deux jours dans un pays, quand auparavant on passait six mois* » – légèreté que les journaux croient contrebalancer par « *la mise en scène de l'info. Du spectacle !* »

Pour faire des clics. De son côté, Frank Mée, du Monde de la photo, abonné aux « flux » numériques de Libération et du Monde, s'étonne que rien ne diffé-

rencie les copiés-collés de dépêches d'AFP, émises par une source unique, des articles – censément plus mûris – des journalistes de ces deux titres. Même si l'AFP signifie « *une présomption de qualité* », nuance Pierre Ganz, on peut en effet s'étonner « *que les deux quotidiens n'aillent pas au-delà d'un usage "push" ("alerte") à l'intention des abonnés* ».

Nina Desesquelle, de la rédaction russe de RFI, observe comment le « bimédia », ici radio et Internet, remodèle le métier. « *On parle beaucoup de "clics". De fait, ils reflètent l'audience. Le but, c'est de remonter dans le flux des infos, de trouver les mots qui le permettent. Au début, il s'agit juste d'être rentable.* » Bon. Pierre Ganz analyse : « *Choisir le bon titre me paraît une démarche éditoriale légitime. Mais changer tous les quarts d'heure pour faire des clics, cela relève du marketing...* »

Les trois gardiens d'une information de qualité

La qualité de l'information ? Parfois un médiateur, entre public et rédaction, travaille sur cette exigence. Mais est-il libre ?... Pierre Ganz propose l'instauration d'une autorité extérieure, un « conseil de presse », susceptible d'enquêter sur d'éventuelles fautes déontologiques et de formuler des avis. Un projet soutenu par le SNJ. Le syndicat plaide ensuite pour une charte « opposable » à l'échelle nationale. « *La charte existante n'est pas encore dans la convention collective*, précise Pierre Ganz, *mais elle sert*

parfois de référence dans les tribunaux ! » A distinguer d'une « charte éditoriale », fait remarquer Dominique Pradalié, journaliste à France 2 et secrétaire générale du SNJ : « *Un journaliste ne change pas de déontologie quand il change de charte éditoriale – si on ne doit pas traiter de faits divers, OK...* »

Enfin, le SNJ fait valoir le besoin d'une reconnaissance juridique de l'équipe rédactionnelle – « *âme du journal, elle fait contrepoids aux forces du marketing* », précise Dominique Pradalié.

Un atelier déontologie, pour quoi faire ?

« On m'a dit : "il y a des sujets plus importants, les plans sociaux..." , mais la réponse à la crise de la presse, c'est bien la qualité ! » Eric Marquis, secrétaire général du SNJ Ile-de-France, présente l'atelier organisé à Paris, sixième étape d'une tournée en France dédiée à la déontologie – un « droit moral à mettre en avant dans les rédactions ». Pour que chacun raconte son expérience, et sache « que faire dans ce cas-là ».

L'effet « bimédia » porte plus loin. « Avant, il fallait un bon sujet par jour, bien traité, reprend Nina Desesquelle. Maintenant, on doit proposer un reportage de dix minutes, puis le réécrire pour Internet, avec des chiffres, une infographie, des liens, un Tweet, une ligne pour Facebook... C'est chronophage au possible, et beaucoup pensent que c'est la norme ! »

Et la liste des tâches du « journaliste » risque de s'allonger avec le « live média » : « Le journaliste organise son "événement" : rencontre avec les lecteurs, conférence... », raconte Isabelle Boucq, faisant référence à *La Tribune. Le journaliste lui-même est une marque.* »

De la pub sans [se] gêner. Sur Internet, le « native advertising », « nouvelle forme de publi-rédactionnel », précise Eric Marquis, de *l'Express*, brouille les cartes. Lorsqu'on fait de cette façon « passer de la pub sans gêner l'internaute par des bandeaux », qui signe le texte : un communicant, un journaliste ? « Ne pas dire du mal des annonceurs » ? bondit Gilles Viellard, qui a connu le sujet dans un journal de jeux vidéo. Alors, ils n'ont même plus besoin d'acheter de la publicité ? J'ai vu corriger des notes données à des produits pour plaire à l'annonceur... » Dire non ? « C'est ça ou la porte !... Mais le lecteur finit par se détourner : il se sent grugé. »

« Ne soyez pas trop pessimistes, sourit Pierre Ganz. Gilles l'a vécu, un journal meurt parce qu'il n'a plus de contenu. Le journalisme de qualité, c'est la carte qu'il faut jouer. Regardez Mediapart, France Culture, qui ne se portent pas si mal, il y a une demande de qualité... J'en suis persuadé, ce qui va relancer le journalisme – [un ton plus bas, mais ferme] et la démocratie –, c'est la déontologie ! » Encore faut-il se donner les moyens de la défendre.

Monique Devauton

*Centre de formation et de perfectionnement des journalistes.

SNJ Info – N° 127

Garantie des salaires AGS : attention au plafond

En cas de défaillance de l'employeur, l'AGS peut se substituer à lui afin de régler les salaires ou les indemnités de licenciement. Avec des limites.

La crise économique qui s'incruste dans nos vies n'épargne personne depuis quelques années et les licenciements se multiplient. En cas de rupture du contrat de travail à l'initiative ou imputable à l'employeur, tout journaliste a droit à une indemnité (sauf en cas de faute grave) égale à un mois de salaire par année d'ancienneté. Une somme qui, ajoutée à d'autres (arriérés de salaires, préavis, congés payés...) peut devenir importante et mettre parfois en difficulté l'employeur. S'il ne peut pas régler les salaires, c'est l'Association pour la Gestion du régime de garantie des créances des Salariés (AGS) qui honorerà votre dû. Il y a cependant un plafond à cette garantie qu'il convient de bien connaître.

Droits et obligations. Rappelons que le journaliste professionnel bénéficie d'une convention collective étendue, c'est-à-dire d'application obligatoire par toutes les entreprises de presse (arrêté du 02/02/1988). C'est elle qui conjuguée aux articles du code du travail spécifiques aux journalistes, régit tous les droits et obligations qui s'imposent aussi bien au salarié qu'à l'employeur. C'est sur la base de ces deux documents que sera établi votre solde pour tout compte.

Si l'entreprise est en difficulté (cessation de paiement, procédure de sauvegarde, redressement ou liquidation judiciaire), c'est l'AGS qui mettra à la disposition des mandataires les fonds nécessaires au règlement des créances salariales. L'AGS est un régime légal de garantie, dont l'intervention revêt un caractère subsidiaire, à défaut de fonds suffisants dans la procédure collective de l'employeur. Attention, le montant est limité à des plafonds bruts, révisés chaque année. Pour 2014, ils sont de :

- 75 096 € si le contrat de travail a été conclu deux ans au moins avant la date du jugement d'ouverture ;
- 62 580 € pour un contrat conclu

entre six mois et deux ans avant la date du jugement ;
- 50 064 € si le contrat a moins de six mois.

Ces plafonds comprennent à la fois les créances salariales et les indemnités de licenciement: plus l'AGS aura dû verser de salaires avant la rupture, moins il restera pour honorer l'indemnité de licenciement.

Sommes plafonnées. Ce n'est pas la somme maximale que vous percevrez. En effet, ce sont des plafonds exprimés en brut comme le sont vos salaires et indemnités. Il convient donc d'en retrancher toutes les charges sociales (sauf sur l'indemnité de licenciement dans la limite du montant légal ou conventionnel).

En cas de liquidation judiciaire de la société, le montant de votre dû dépassant ce plafond sera inscrit sur l'état de ses créances.

Vous n'aurez cependant pas la certitude de pouvoir en récupérer tout ou partie. En effet, cette garantie est fondée sur des avances contre remboursement : l'AGS ayant effectué des règlements devient un créancier de l'entreprise défaillante au même niveau de priorité que les salariés. Elle procédera à la récupération des fonds avancés à partir du suivi des plans de sauvegarde, de redressement, ou de cession, et de la réalisation des actifs. Il faut souligner que l'AGS doit aussi faire face à la multiplication des garanties prises par les créanciers antérieurs de l'entreprise, lesquelles ont pour effet de vider de leur substance les actifs de celle-ci. Dans ces conditions, l'AGS subit également les aléas du remboursement de ses avances. Ainsi, les fonds qui pourraient arriver chez le mandataire judiciaire serviront en priorité à rembourser l'AGS.

Cette garantie est donc loin d'être totale, surtout en cas de longue carrière.

Jean-Marc Loison

L'ÉQUIPE 24/24 : 4 candidats SNJ, 4 élus !

Les listes SNJ, en concurrence avec celles de la CFDT, ont obtenu une large majorité aux élections professionnelles de *L'Équipe* 24/24 (filiale du groupe *L'Équipe*), que ce soit au comité d'entreprise (79,1 % dans le collège journaliste titulaires) ou chez les délégués du personnel (81,82 %). Des

scores qui font du SNJ le syndicat le plus représentatif dans l'entreprise ! Les 4 candidats SNJ ont ainsi tous été élus dès le premier tour (avec 57,26 % de participation). Un succès qui récompense l'action de la déléguée syndicale SNJ, Aurélia Colin.

PLUS sur snj-paris-idf.org

LAGARDÈRE : hémorragie et réorganisation

Huit mois après l'annonce de la vente de 10 titres et du PSE qui en découle, si l'entreprise Rossel, qui a racheté *Psychologies* et *Première* (papier et .fr), a présenté un projet qui semble tenir la route, il n'en est pas de même pour l'autre repreneur, Reworld. Ses projets éditoriaux semblent bien flous, à des années-lumière des promesses. Pour les salariés des titres vendus, les organisations syndicales se sont battues et ont obtenu : douze mois de clause de cession (avec indemnités complémentaires dégressives en fonction de la date de départ), garantie de l'emploi de douze mois, prime de « fidélisation » de 4 000 euros pour ceux qui ne prennent pas la clause. Mêmes modalités pour les pigistes, avec une garantie de collaboration de douze mois... En ce qui concerne les salariés restés chez Lagardère (pour l'instant...), 120 ont été candidats au plan de départs volontaires (la direction en souhaitait 110). Pas de départ contraint donc. Provisoirement ? Enfin, les nouvelles organisations qui découleront de ces départs vont bientôt être négociées. Un chantier gigantesque et épineux.

Jean-Charles Gandia et Christian Lequeil
PLUS sur snj-paris-idf.org

MARIE CLAIRE : incertitudes sur la stratégie

Réduction d'effectifs, piges qui fondent, ambiance... De plus, la direction élude les questions des élus SNJ et SNJ-CGT sur l'évolution de notre métier. Le projet de l'entreprise, notamment la stratégie numérique – formation aux tablettes, contenu, moyens déployés, mise en œuvre dans les rédactions – reste plus que flou. Résultat : beaucoup d'improvisation et de stress pour les équipes, que la direction accuse volontiers de « résistance au changement », plutôt que de s'interroger sur la pertinence de sa propre « gouvernance ». Sans oublier les difficultés pour faire respecter les droits des journalistes.

Isabelle Soing, DS SNJ
PLUS sur snj-paris-idf.org

LA TRIBUNE : renégociation sur le temps de travail

La direction a dénoncé trois accords d'entreprise : sur le temps de travail (2000), la répartition des droits de reprographie (2003) et les droits de propriété intellectuelle (2011). Sur le temps de travail, la direction voulait imposer le forfait-jour, supprimer des jours de congés ainsi que des jours de RTT sans aucune compensation. Alors que les journalistes font déjà des semaines de 45 heures ou plus ! L'action des (nouveaux) représentants du personnel (tous SNJ) a conduit la direction à revenir sur la suppression de congés payés. La rédaction a accepté la suppression de 9 jours de RTT contre 100 euros par jour pour au moins deux ans. Les élus SNJ refusent de signer un accord introduisant le forfait-jour.

Isabelle Boucq et Geneviève Hermann, DP SNJ
PLUS sur snj-paris-idf.org

HOMMELL : salaires essoufflés et emplois en péril

Le groupe Hommell, qui édite une vingtaine de titres, dont *Télécâble Sat Hebdo*, a subi deux PSE, en 2004 et 2009. Début 2014, la direction a décidé de restructurer ses deux magazines de vélo, en perte financière. Par exemple, la suppression d'un poste de SR se justifierait par des évolutions technologiques permettant d'effectuer le même travail en deux fois moins de temps... Argument pernicieux, guère respectueux pour un métier en perpétuelle évolution. Mais qui risque de servir d'exemple. Quant aux salaires, ils sont quasiment bloqués depuis plusieurs années.

PLUS sur snj-paris-idf.org

VOILES ET VOILIERS : 12 postes (sur 28) supprimés

La direction du Pôle mer du groupe Ouest-France et de la Sernas a dévoilé le 18 juin le plan de restructuration et de licenciement collectif frappant le leader de la presse nautique. Au total, 12 postes (sur 28, hors pigistes) seraient supprimés. Côté rédaction, la principale question est : comment, sans rédacteurs graphistes, continuer à produire un magazine de qualité ? Les représentants du personnel

demandent notamment l'extension à neuf mois du congé de reclassement, l'augmentation du budget de formation, l'alignement des employés sur les cadres pour le calcul des indemnités de licenciement.

Frédéric Augendre, DP et DS
PLUS sur snj-paris-idf.org

MONDADORI : mutualisation et plan de départ volontaire

Le CE a rendu le 30 avril un avis négatif sur le projet de mutualisation des équipes de *Télé Poche*, *Télé Star* et du site *telearstar.fr*, accroissant la charge de travail et donc les risques psycho-sociaux, comme l'a indiqué l'expert du CHSCT.

Un plan de départs volontaires (PDV) a été lancé le 27 mai, impliquant 20 à 40 suppressions de postes. Au programme : à *Auto Journal* et *Sport Auto*, un seul rédacteur en chef, mise en commun de la maquette, des services essais et iconographie, et du secrétariat de rédaction à trois (avec *Auto Plus*). Et à *Nous Deux*, *Les Veillées des Chaumières*, *Modes & Travaux*, *l'Ami des jardins*, *Sciences & Vie Junior* et *Hors Série* : mise en commun des services SR, maquette, magazine et iconographie. Le comité d'entreprise a voté une information-consultation sur chaque réorganisation. L'intersyndicale sera vigilante aussi sur l'emploi et le respect des droits des pigistes.

PLUS sur snj-paris-idf.org

FRANCE FOOTBALL quitte le terrain de la Coupe du monde

Coupe du monde de football au Brésil : aucune demande d'accréditation pour *France football*. Une décision symbolique, révélatrice des mesures drastiques d'économie qui touchent tous les titres du groupe *L'Équipe* (*L'Équipe*, *L'Équipe magazine*, *France football*, *Vélo magazine*).

Francis Magois, DS
PLUS sur snj-paris-idf.org

PERMANENCES SNJ

33, rue du Louvre, 75002 Paris
ACCUEIL ACTION SYNDICALE : le jeudi, de 18 h 30 à 20 h 30
EMPLOI sur place et par téléphone : le jeudi, de 19 h 30 à 20 h 30
JURIDIQUE : le mercredi, par téléphone de 10 h 30 à 12 h et sur place de 14 h 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 - Blog : <http://snj-paris-idf.org> - Mail : idf@snj.fr
Directeur de la publication : Anthony Bellanger
Rédacteur en chef : Eric Marquis
ISSN : 0996-5548 - N° CPPAP : en cours