

Lettre à tous les personnels des Journaux du Midi

Une crise durable qui exige des mesures de rigueur et une redéfinition du projet d'entreprise des « JdM »

La récession qui paralyse le pays a des conséquences d'une gravité inédite sur l'économie de notre secteur d'activité. Le comité d'entreprise du groupe des Journaux du Midi qui s'est réuni le 13 mai à Saint-Jean-de-Védas a permis à l'ensemble des représentants des personnels de Midi Libre, L'Indépendant, Centre Presse, L'Imprimerie du Midi et de la Régie MidiMédia d'en prendre la véritable mesure à l'écoute du « rapport sur les comptes 2012 et sur le budget 2013 » présenté par la SECAFI. Si les conclusions de la société d'expertise comptable mandatée par les partenaires sociaux ne peuvent - toutes - être cautionnées par la Direction, l'analyse de la situation, en revanche, peut être partagée par tous.

Les éléments majeurs de cette analyse se résument en deux points. Premièrement les opérations de restructuration (le PDV notamment) et les principales actions de développement conduites en 2012 ont été menées à bien et offrent des « perspectives encourageantes » ; deuxièmement la violente dégradation, depuis le début 2013, du chiffre d'affaires lié à publicité et à la diffusion gomme presque intégralement nos gains et « inhibe les économies réalisées ». Très concrètement, ces impacts contradictoires signifient que notre budget 2013 présenté en décembre dernier et qui prévoyait pour le pôle PQR un résultat courant bénéficiaire d'environ 2 millions d'euros, ne sera pas réalisé. A fin avril, en effet, nous sommes en retard de 1,7 million sur nos prévisions de recettes. Ce décrochage étant dû pour 60% à la publicité et pour 40% à la diffusion, avec toutefois des situations nuancées d'un titre à l'autre. En parallèle, si la maîtrise de nos charges reste positive et appréciable elle ne permet de compenser que la moitié de cette chute des « produits d'exploitation ». Au global, après quatre mois, nous sommes donc en retard sur notre budget de 800 000 euros.

A ce stade la question qui peut légitimement se poser est celle de l'anticipation de ces tendances au moment de la préparation du budget fin 2012. Force est de constater que, comme l'ensemble de nos confrères, nous avons sous-estimé le nouveau et brutal « dévissage » de la presse quotidienne après une année pourtant jugée « catastrophique » par toute la profession. Malgré la prudence de nos projections, ces dernières ne reflétaient pas suffisamment la poursuite des dommages générés d'un côté par la perte du pouvoir d'achat des lecteurs-consommateurs et, de l'autre côté, par l'irrésistible percée des médias numériques (tablettes et smartphones en particulier) qui éloignent ces mêmes lecteurs du

support papier payant. C'est cet « effet de ciseaux », relevé par les auteurs du récent rapport sur la presse commandé par Mme la ministre de la culture et de la communication, qui leur fait écrire sur un ton alarmant : « *L'écosystème de la presse écrite est engagé dans une spirale dramatique. Les constats opérés à partir du second semestre 2012 font même ressortir une tendance à l'amplification de ces évolutions – une forme de « rupture » - qui peut à présent laisser craindre les plus grandes difficultés, à l'image de la disparition récente de deux titres emblématiques sous leur format quotidien : France Soir et la Tribune* ».

Certes, la presse quotidienne régionale possède des capacités de résistance plus fortes que les deux médias nationaux cités, mais la menace n'est pas à prendre à la légère. D'autant que notre région, sur le plan économique, reste malheureusement la plus mal lotie de l'Hexagone. Avec un taux de 14,3% de chômage, le Languedoc-Roussillon continue à détenir le triste record du pays : 240 300 demandeurs d'emploi inscrits en décembre cela correspond quasiment à la population de Montpellier ! Une comparaison à peine croyable qui permet cependant de comprendre que le journal n'est plus un « produit de première nécessité » et que l'atonie du commerce local devient préoccupante. Avec pour conséquence les réelles difficultés des commerciaux de notre région publicitaire à faire signer des contrats.

Dans la course au redressement que nous avons lancée voici deux ans il faut donc redoubler d'efforts. Sans attendre ! Ce qui renvoie plus rapidement que prévu à la conclusion du message de vœux de janvier dernier : « *Il serait illusoire de croire que les mesures de restructuration prises en 2011 et 2012 suffisent à garantir notre avenir. Elles étaient indispensables pour éviter le pire et passer d'un modèle économique à un autre.* » Ce temps de transition, sous la pression de la crise et des mutations, s'est promptement contracté et ne permet pas aux revenus issus de la diversification de limiter, dans un rythme similaire, les lourdes et soudaines pertes du « cœur de métier ». Nous sommes donc contraints d'engager dans l'urgence un plan de sauvegarde du budget 2013, puis une redéfinition de notre projet d'entreprise pour les années suivantes qui prendra en compte les variations prévisibles de l'environnement médiatique.

Ouvrir sans tabou tous les dossiers.

Dans l'immédiat nous allons devoir dans chacune des sociétés qui composent le pôle PQR réexaminer tous les postes de charges pour ne dépenser que le strict nécessaire. Les remplacements ne devront plus être systématiques et le recours aux CDD comme aux personnels intérimaires évité autant que faire se peut; les investissements non engagés et non stratégiques annulés ou reportés; les frais de déplacements et de représentation réduits ; les achats de prestations reconsidérés. C'est à une gestion drastique à laquelle chacune et chacun, à son poste, doit s'employer dans l'intérêt commun !

Pour le moyen terme - la redéfinition du projet d'entreprise - une prise de conscience collective s'impose afin que le déni de réalité soit évacué des débats et des discussions à

venir. Nous sommes clairement arrivés au terme d'un cycle. Confrontés aux bouleversements des comportements et à la déferlante des innovations technologiques, nous ne pouvons plus raisonner avec le même « logiciel » qu'il y a dix ans. Ce qui signifie qu'au-delà « *des multiples chantiers prometteurs déjà engagés* » pour reprendre l'appréciation de la SECAFI nous devons ouvrir, sans aucun tabou, de nouveaux dossiers.

Et non des moindres puisqu'il s'agit, entre autres :

- de la révision de notre périmètre d'activité et la pertinence de notre double présence sur les zones de concurrence ;
- de l'intérêt ou pas d'externaliser certains travaux à qualité égale mais à coûts moindres qu'actuellement ;
- de la réécriture du « contrat social » dans chacune des entités du Groupe. Certaines clauses ne sont plus d'actualité ou trop pénalisantes pour un fonctionnement approprié à la conjoncture et à la compétitivité qu'impose une concurrence protéiforme.

Sur tous ces points, la réflexion, la concertation et la négociation avec les partenaires sociaux sont impératives si nous ne voulons pas que tous les fruits des développements en cours ou programmés soient, au fur et mesure, dévorés par des charges structurelles ou salariales insupportables. Dire et écrire que nous n'avons plus les moyens de perpétuer des habitudes, des usages voire des « avantages acquis » n'est pas un constat d'échec, simplement la vision lucide d'une activité professionnelle « historique » qui, au fil des décennies, a perdu ses capacités à maintenir ses profits. Et qui n'a d'autre alternative que d'assumer sans tarder une puissante révolution journalistique, commerciale, technique, organisationnelle et sociale pour retrouver les chemins de la croissance.

Cette nouvelle étape sera indéniablement difficile. Mais sur la voie de la refondation les Journaux du Midi sont déjà bien engagés et continuent d'avancer. Bon nombre de nos projets ont déjà vu le jour grâce à la motivation et à la créativité des diverses équipes : nouvelle formule et nouveau site de Centre Presse tout dernièrement ; entrée réussie de la régie MidiMédia sur le marché de l'évènementiel ; formation et passage des rédactions au plurimédia en quelques mois, etc. Dans les semaines qui viennent l'offensive se renforcera avec le passage en moncahier, entre le 18 et le 19 juin, pour 10 des 14 éditions de Midi Libre et courant septembre pour les 3 éditions de L'Indépendant. A l'heure de la « surinformation » généralisée ces changements de forme devront être suivis par des modifications de fond afin de mieux affirmer, à l'intention des lecteurs, la spécificité de nos offres éditoriales et leur valeur ajoutée.

Entretemps notre marche vers la monétisation de nos contenus digitaux aura été jalonnée de plusieurs « mises en ligne ». Au début de l'été, via le kiosque numérique, la prise d'abonnements pour nos quotidiens sera opérationnelle et sécurisée. Cet été également les applications « Ipad » de Midi Libre et L'Indépendant seront proposées aux lecteurs. Autant de vitrines supplémentaires pour nos journaux à l'heure où le réseau des points de vente se

réduit inexorablement. Pour les applications thématiques payantes le coup est déjà parti avec, par exemple, l'application « midibalades ». Tout cela marque notre sortie progressive de la gratuité parfois mal comprise par certains collaborateurs, mais elle était indispensable pour construire l'audience et contrer les velléités de sites « parasites » réutilisant nos propres informations. Par ailleurs, notre audience numérique en hausse a permis de constater que nos « marques » gardaient une notoriété considérable et une crédibilité flatteuse auprès des populations régionales. Pour le seul mois de mars, 55,5 millions de pages vues et 11,5 millions de visites sur les sites et les supports mobiles du groupe sont venus confirmer la qualité de nos contenus éditoriaux et notre statut de « média référent » pour l'information de proximité. Ces scores nous positionnent parmi les meilleurs de la PQR. A la fin mars cette progression était donc de 22% en audience et de 30% en recettes publicitaires, « *un incontestable succès* » reconnaît au final la SECAFI. Reste que les marges dégagées sont encore trop faibles en regard de l'hémorragie subie sur le papier. Il faudra le lancement des offres complémentaires qui sont en cours de finalisation (dont le « paywall » permettant la vente d'articles) pour renforcer significativement, d'ici la fin 2013, le potentiel de revenus.

Résumons. Poursuite du développement sur les nouveaux supports, rénovation permanente des formules des quotidiens pour les rendre plus attractives aux lecteurs et aux annonceurs, inventivité sur les possibilités de diversification, opiniâtreté sur les marchés de l'impression et de la distribution, tels sont nos atouts pour pérenniser nos entreprises. Mais face à la récession économique et à la destruction irréversible du « business model » de l'ensemble de la PQR nous ne pouvons pas attendre un hypothétique retournement de tendances, ni nous répéter que nous avons déjà « beaucoup donné », ni nous réfugier derrière les incertitudes ou les rumeurs pouvant concerner l'évolution du groupe GSO. Rien ne serait pire que l'inertie ! Nous devons donc agir à notre niveau. Ici et dans l'immédiat, pour prendre des mesures d'économie à la hauteur de la détérioration de notre chiffre d'affaires. Ici et avant la mi-juillet, pour tracer avec les partenaires sociaux les fondations des nouveaux chantiers structurants. Il s'agira de définir pour chacune des sociétés les dossiers prioritaires, les objectifs à atteindre, la méthode et le calendrier pour y parvenir.

Plus que jamais le « *dialogue social mature* » au sein des Journaux du Midi, remarqué par la SECAFI durant la période écoulée, doit être repris et adapté à notre nouvelle problématique. Elle est sérieuse, grave, mais ne saurait être plus importante que notre détermination à trouver des solutions.

Je vous prie de croire, chère collaboratrice, cher collaborateur, à l'expression de mes sentiments sincères et dévoués.

Alain PLOMBAT

Saint-Jean de Védas, le 23 mai 2013