

# Procès-verbal de la réunion ordinaire du CSE de l'UES DDB du 27 septembre 2022

## Participants :

<b>Direction</b>		<b>Présent</b>	<b>Absent</b>
Aude MERCERON-GUILLET	Présidente du CSE	<b>x</b>	
Noémie NGO	Directrice Adjointe Ressources Humaines	<b>x</b>	
<b>Elus du CSE</b>			
Edwige ATZERT			<b>x</b>
Erick BARBOTTE		<b>x</b>	
Laurent CIRRI		<b>x</b>	
Thierry DARTOIS		<b>x</b>	
Christine GARCIA-GUICHETEAU		<b>x</b>	
Valérie PELERIN		<b>x</b>	
Marie-Raphaële ROLLET		<b>x</b>	
Corinne VULLIEZ		<b>x</b>	
<b>Invités de la Direction</b>			
Michel HUPPERT	Directeur Administratif et Financier	<b>x</b>	

## ORDRE DU JOUR

---

<b>Questions à l'initiative des membres du CSE</b>	<b>3</b>
I. Approbation du PV ordinaire du 30/08/2022.	3
II. Marche des affaires.	3
III. Questions diverses.	5
<b>Questions à l'initiative de la direction</b>	<b>6</b>
IV. Consultation sur les aménagements et nouvelles localisations géographiques des différents départements au sein du bâtiment de la Condamine.	6
V. Point sur les mesures anti-inflation.	6
VI. Questions diverses.	7

*La réunion s'est faite en présence, sous la présidence d'Aude Merceron-Guillet.*

*Les questions de l'ordre du jour n'ont pas été traitées selon le déroulement prévu.*

## QUESTIONS A L'INITIATIVE DES MEMBRES DU CSE

---

### **I. Approbation du PV ordinaire du 30/08/2022.**

---

Rendez-vous est pris pour faire le point sur les procès-verbaux en retard.

### **II. Marche des affaires.**

---

Michel Huppert annonce que la compétition Fred a été perdue. Sont en attente celles d'Avene, Porsche et concernant Score, les centres commerciaux Klépierre qui est un réseau international, en collaboration avec DDB sur la partie publicitaire.

A la suite de ce premier point, demeure un nombre important de compétitions en défense :

- Event VW, le contrat cessant en juillet 2023.
- Monoprix dont est attendu le courrier de dénonciation du contrat en cours.
- Lactalis pour une remise en compétition en août 2023.
- Thalys avec au même moment la compétition Eurostar sur laquelle l'agence souhaite participer.
- Hennessy avec le tournage d'un film très important ces prochains jours.
- LCL qui remet normalement son budget en compétition.
- INPES Tabac qui s'arrête fin juin 2023.
- Arte à partir du 1<sup>er</sup> janvier et dont la compétition est en cours.
- Le Bon coin à partir de la mi-mars prochaine.
- Ademe.
- Et enfin Seat, ces deux dernières étant également en cours.

A noter, une baisse d'activité pour Salomon qui a réduit ses campagnes d'activation.

En réponse à la question d'une élue, Michel Huppert explique que les raisons en sont diverses comme les clients liés à l'état qui renouvellent souvent leurs contrats, les retards pris par certains clients ou les fins contractuelles normales et quelques mécontentements.

Il en rappelle que McDo est le premier client de l'agence et qu'en conséquence, des recrutements sont en cours pour deux teams créatifs et trois assistants AD dans un contexte difficile.

Google continue avec la nomination d'un profil international pour gérer ce compte.

Michel Huppert explique que l'objectif d'Omnicom est d'atteindre 8% de croissance dont 5 sont liés à l'inflation. Il s'agira en conséquence de réaliser des eco-gestes pour réduire les charges face à l'augmentation de 5% du loyer et de l'électricité multipliée par deux. L'idée sera de limiter la température à 19°, de couper l'électricité durant la nuit ou le week-end, ce qui est désormais pratiqué. A cela s'ajoute une masse salariale supérieure cette année.

Pour atteindre ces objectifs, l'enjeu sera de renégocier les honoraires à la hausse auprès de chaque client dont l'écoute demeure compréhensive mais pour lequel, on est encore loin d'obtenir un résultat positif, surtout dans le contexte actuel.

Il y a aussi des changements en termes de production interne comme beaucoup moins de contenus sur Facebook, nécessitant de s'adapter constamment et de traiter les problèmes un à un. Il est possible de conserver un client mais avec moins d'honoraires. Il faut aussi réfléchir sur la production en termes d'organisation, notamment sur le digital, d'autant que les premiers résultats avec Gun Inside restent pour l'instant insatisfaisants. Il existe également des demandes sur le motion design qu'il faut gérer pour que cela fonctionne mieux. Enfin, des réflexions ont été menées avec succès sur une meilleure répartition des tâches entre création et production via le trafic pour arbitrer et gagner ainsi en productivité.

En parlant d'une collaboratrice qui rejoindra prochainement l'étage de Gun Inside, Michel Huppert rappelle qu'à ses yeux, la différence est très ténue entre création et maquette de production au sein des agences. Cela impose donc que le trafic puisse seul juger de l'opportunité de confier au bon service la réalisation des travaux, pour fluidifier l'organisation et gagner en rentabilité. En résumé, cette collaboratrice, qui reste dans l'activité DDB, sera gérée par le trafic de Gun.

Pour certaines élues, la clarification des rôles de chacun doit être convenablement précisée, surtout pour les commerciaux.

Michel Huppert précise également que la liste des freelances utilisés par les agences en termes de création, de rédaction ou d'exécution a été récupérée par la direction de Gun, ce qui permettra de fournir les bonnes compétences aux sujets traités.

Une élue souligne que dans la réalité, des cas particuliers apparaissent plus problématiques au quotidien.

Michel Huppert explique que s'il existait une réunion trafic régulière, ce genre de problème se résoudrait rapidement, l'objectif étant de libérer au maximum la création au profit des collaborateurs de Gun qui peuvent parfaitement trouver des solutions. La productivité est très importante, compte tenu des efforts demandés. Il espère, en réponse à la question d'une autre élue, que ce processus soit expliqué au plus tard au début de l'année prochaine, le temps d'élaborer le contenu de cette organisation.

Quant à la facturation, contrairement à ce qui se pratiquait auparavant, il s'agit aujourd'hui d'un package vendu au client incluant différentes actions.

Concernant la connaissance des honoraires, le patron commercial est censé le préciser auprès des collaborateurs concernés, explique Michel Huppert en réponse à la remarque d'une élue qui a constaté que les commerciaux ignoraient globalement les enjeux financiers liés à leur client. Il rappelle qu'il a une réunion mensuelle avec les patrons commerciaux sur les marges qui doivent donc redescendre ces informations. Il admet qu'entre Covid, télétravail et les jeunes embauchés arrivant dans les services, les managers sont confrontés à un travail plus important pour les encadrer. Le principe des Américains est que les contrats pros, tous les jeunes embauchés et ces managers soient donc en permanence présents, sans télétravail possible, ce qui n'a pas été le choix de l'agence.

En réponse à une élue, précise Michel Huppert, la réunion marge s'adresse principalement aux directeurs commerciaux (Dirco) ou aux DGA. Certains collaborateurs gèrent parfois parfaitement leurs budgets en raison des formations acquises auprès de leur manager comme celles que lui-même organise quatre fois par an auprès des nouveaux arrivants.

En résumé, il s'agit de s'organiser et de donner les choses aux bonnes personnes. D'où la nécessaire présence d'une personne pour dispatcher les tâches et conserver du réalisme dans ce contexte environnant et dans les objectifs de croissance demandés.

### III. Questions diverses.

---

Une élue fait part du cas d'une personne en interim depuis une dizaine d'années qui attend toujours d'être embauchée.

Contrairement à ce qui est affirmé, ses congés payés sont payés via l'agence d'intérim qui l'emploie même s'il ne semble pas choisir de les prendre.

Michel Huppert demande à Noémie Ngo d'en parler à la direction de Gun puis de revenir vers lui pour statuer sur ce collaborateur.

\*\*\*\*\*

Une élue a appris qu'un collaborateur a retiré l'intégralité de sa participation en appelant directement AXA et voulait savoir ce que cela signifiait.

Noémie Ngo confirme qu'un nouveau motif de déblocage, l'achat d'un bien non immobilier comme un véhicule ou une prestation de services, a peut-être rendu possible ce cas, sous réserve d'une facture justificative en cas de contrôle de l'état. Il ne serait possible que sur les participations antérieures à celle versée cette année.

## QUESTIONS A L'INITIATIVE DE LA DIRECTION

---

### **IV. Consultation sur les aménagements et nouvelles localisations géographiques des différents départements au sein du bâtiment de la Condamine.**

---

Lors de la précédente réunion, il demeurait une interrogation sur l'installation définitive de la fabrication de GUN, rappelle Aude Merceron-Guillet.

Michel Huppert explique que du retard a été pris pour prendre une décision la concernant.

Il poursuit en prenant l'exemple de l'agence TBWA à Boulogne Billancourt pour laquelle Omnicom a décidé unilatéralement de dénoncer la location d'une partie de l'immeuble à partir du 1<sup>er</sup> janvier prochain, soit 30% de sa superficie, sans prévenir le management. Omnicom demande également d'effectuer deux fois par jour un comptage des présences du personnel à l'agence comme le message récent le rappelait. Au regard des résultats, l'agence DDB pourrait accueillir une nouvelle société dans ses locaux. Il a été constaté qu'au maximum, le taux d'occupation atteignait 60% en moyenne avec 50% le lundi et 65% le mardi.

En réponse à l'interrogation d'un élu, en face de Portland au rez-de-chaussée, deux salles de réunion sont en cours d'installation ainsi que le flex au B2 pour les commerciaux. Même si le contrat de renouvellement du bail n'est pas encore signé car il est entre les mains de Cardinia et du service d'Omnicom qui gère le parc immobilier, l'agence a pu toutefois bénéficier de deux mois de loyer gratuit, certes étalé sur six ans.

En conséquence, la direction n'est pas en mesure de consulter les élus sur ce sujet, précise Aude Merceron-Guillet.

### **V. Point sur les mesures anti-inflation.**

---

Michel Huppert explique qu'ont été prises en compte certaines demandes faites par les élus, ce qui a été d'ores et déjà décidé et ce qui reste à confirmer dans le cadre des incertitudes précédemment exposées. Il reste également conscient du contexte inflationniste existant, avec des augmentations de salaire déjà effectuées pour certains collaborateurs. La première idée est d'augmenter la participation patronale pour les tickets restaurant.

Aude Merceron-Guillet rappelle que la répartition actuelle est de 60 % pour la part patronale, ce qui correspond à 4,80 € et de 40 % pour la part salariale, soit 3,20 €.

- En première mesure, il s'agit donc, à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2023, d'augmenter de soixante centimes d'euros la part patronale sans toucher à la valeur prise en charge par le salarié. Ce qui donnerait une valeur faciale du ticket restaurant de 8,60 €.
- En deuxième mesure, sous réserve des résultats de l'année 2022, il est envisagé de donner une prime « Macron » de 500 € bruts, exonérés des charges sociales et d'impôt, à tous les salaires inférieurs ou égaux à 3100 € bruts, sous réserve de disposer de six mois d'ancienneté, ce qui concernerait certains contrats pros. Cette prime serait versée entre février et juin selon les résultats et les perspectives des agences.

Qu'en est-il également de l'augmentation envisagée du plafond pour bénéficier des tickets restaurant, interroge une élue ?

Michel Huppert explique que cette hypothèse n'a pas été retenue au profit des éléments présentés ci-dessus, sachant que la participation sur les résultats 2022 se situerait entre 60 et 70 % du salaire mensuel, en baisse par rapport à l'année dernière mais meilleure que les années antérieures.

## VI. Questions diverses.

---

A propos du Latest & Greatest prévu le lendemain matin, Aude Merceron-Guillet présentera les résultats de la mini enquête Voice. Les premiers éléments font état d'un taux de participation de 64%, en baisse par rapport à la dernière fois.

Une élue souligne que les valeurs de l'agence transmises par Aude Merceron-Guillet après l'annonce de l'enquête, aurait peut-être pu être faites avant.

En réponse, elle propose de le faire la fois suivante. Globalement les résultats sont stables, au même niveau que ceux de mars. Elle constate néanmoins que les résultats des femmes sont meilleurs que ceux des hommes, sur toutes les questions posées, notamment sur l'index d'engagement : je suis fier de travailler dans cette agence, j'ai l'intention de rester durant les douze prochains mois, je recommanderai cette agence, mes collègues s'investissent beaucoup, je sais en quoi je contribue au succès de mon agence et quel est mon degré de satisfaction, obtient 76% pour les femmes, qui représentent 60% de la population, et 71% pour les hommes.

Le niveau de favorabilité a augmenté pour les femmes et baissé pour les hommes. Les raisons en seraient variables, entre Omniwomen, le mentorat, l'équilibre vie personnelle, vie professionnelle grâce au télétravail ou les déjeuners organisés avec la direction. Il est également probable que les mentalités aient évolué et que le contexte a pu favoriser l'évolution de cette situation.

\*\*\*\*\*

Aude Merceron-Guillet informe qu'il n'y a pu avoir d'élection des représentants du personnel chez Romance en raison de l'absence de candidat.

\*\*\*\*\*

En conclusion de cette réunion, il est rappelé que l'agence sera fermée lundi 31 octobre avec un jour de repos ou RTT imposé.

*Prochaine réunion ordinaire le 27 octobre 2022 à 10h00.*

