



cceaf.fr

panorama **MAG**



Le CCE se dévoile

Patrimoine
des DOM

Evasion tropicale



Dossier éco

La stratégie
d'Air France



Le CCE s'engage

De la laïcité
à la citoyenneté



De gauche à droite :

Jacques Aoun, Secrétaire Général Adjoint (CFE-CGC)

Josiane Renckly, Trésorière Générale Adjointe (CFDT)

François Cabrera, Secrétaire Général (CFDT)

Pascal Poinot, Secrétaire Général Adjoint (CFDT)

Henri Plaisance, Secrétaire Général Adjoint (FO)

Pierre Lichon, Secrétaire Général Adjoint (FO)

Isabelle Prieur, Trésorière Générale (CFE-CGC)

Entre vous et nous

p.4

Un autre regard

p.5

Les news du CCE

p.6

Le CCE se dévoile

Séjours jeunes

A l'heure européenne

p.8

Le CCE se dévoile

Patrimoine des DOM

Evasion tropicale

p.11

Le CCE s'engage

Solidarité

p.12

Le CCE s'engage

De la laïcité

à la citoyenneté

p.14

Echos des CE

p.15

Les infos du Bureau

Economie

p.16

Le dossier

La stratégie d'Air France

p.22

Repère

Alitalia, est-ce bien fini ?

p.24

Mosaïque - phase 3

Migration Alpha 3 et Gaëtan

p.24

Formation

Sa modernisation à Air France

Les Secrétaires de CE

AIR FRANCE
CARGO



Olivier Rilhac
FO

COMMERCIAL
FRANCE



Nicole Donnat
CFDT

DIRECTION
GÉNÉRALE
INDUSTRIELLE



Jean-Pierre Perrot
CGT

COMMERCIAL
INTERNATIONAL
& DOM



Christian Julia
CFDT

EXPLOITATION



Jean-Claude Filippi
FO

DIR. GÉNÉRALE
SYSTÈMES
D'INFORMATION



Paul Veuilleux
CFDT

SIÈGE
& SUPPORTS



Michel Salomon
CFDT

OPÉRATIONS
AÉRIENNES



Christophe Dropsy
Alliance PN-CE

Paroles

de CCE

LE TEMPS COURT ET LE TEMPS LONG

En ce début d'été 2008, le CCE entre dans une ère de stabilisation. Pour mesurer la situation actuelle, il faut remarquer qu'en la matière il y a le temps court et le temps long.

Le temps court, c'est la finalisation de l'année 2007. Celle-ci s'est terminée comme prévu, avec un déficit constaté de 6,4 millions d'euros. Dès l'été 2007, cette situation étant prévisible, les élus du CE.OA et la Direction d'Air France se sont engagés, une fois les comptes expertisés et certifiés, à combler pour moitié chacun ce déficit. Le Bureau et les élus du CCE remercient la Direction et les élus du CE.OA de cet engagement.

Pour 2008, le budget du CCE s'annonce quasi à l'équilibre comme prévu. Et pour la première fois, nous présentons, en juillet 2008, une préfiguration budgétaire triennale à l'équilibre pour 2009/2010/2011.

Permettre aux 60.000 salariés d'Air France et à leurs enfants de trouver les vacances de leur choix, est l'un des éléments importants de la politique sociale de la Compagnie. Pour ce faire, le CCE emploie, à ce jour, moins de 300 salariés. Et depuis 2008, les 12.000 salariés des filiales (Brit Air, Régional, Servair, CRMA, ...) et leurs enfants participent, eux aussi, aux activités développées par le CCE.

Le CCE est aussi très attentif à garantir des activités socio-culturelles de proximité grâce à l'action des 7 CE qui, ensemble, travaillent à progresser, en particulier en province et dans les DOM. Le CE.OA a quant à lui ses propres activités. A noter que les 8 CE d'Air France emploient, pour leur part, environ 700 salariés, (dont plus des 2/3 oeuvrent dans les restaurants) et que le Président Spinetta s'est engagé, dès 2004, à intégrer ce personnel en même temps que celui du CCE au sein de la Compagnie.

Cet exercice 2008 voit également se mettre en place le nouvel accord restaurant entre les CE qui gèrent un ou plusieurs restaurants (Siège, Commercial France, Cargo, Opérations Aériennes, Exploitation, Industriel) et ceux qui n'en gèrent pas (CE Informatique, CE Commercial International et DOM) et le CCE. Cet accord est maintenant opérationnel. Il devrait permettre rapidement l'instauration d'un compte unique, permettant de pouvoir prendre son repas sans être obligé d'avoir des comptes ouverts dans plusieurs restaurants de l'entreprise.

Enfin, votre patrimoine. Grâce à vos commentaires et vos suggestions, nous améliorons nos produits, notre fonctionnement, notre vitesse de réaction...Lassy, Gassin et plusieurs autres centres du CCE seront modernisés et répondront ainsi mieux à vos souhaits. Ainsi va le temps long, le temps des projets et des visions à moyen terme pour un CCE qui avance et qui répond toujours mieux à vos désirs.

Un autre regard

Clin d'oeil d'une soirée "bivouac" au coin du feu dans le désert égyptien, lors d'un séjour itinérant jeunes pendant les vacances de la Toussaint 2007. Des moments d'échanges rares et vrais au rythme d'un concert improvisé par l'équipe locale. Photos : CCE AF - F. Iglesias



Vue imprenable au petit matin sur le désert blanc.



Le montage du campement pour se protéger du vent.



Jeux improvisés en attendant le repas, dans le campement. Une 2^e maison !



Feu de camp, musique, jeux, on profite de la sérénité du désert. Moments magiques !



Les jeunes musiciens prennent le relais.



Le soleil se lève sur les dunes, c'est l'heure du petit déj'. Elle est pas belle la vie !



C'est le départ pour une nouvelle étape.

CATALOGUE

Tu fais quoi pour Noël ?

A l'heure des préparatifs des grandes vacances, entre crème solaire et paréo, loin de nous l'idée de Noël et son cortège de paquets enrubannés. Et pourtant, au CCE, nous sommes déjà dans l'organisation de votre Arbre de Noël. Le catalogue jouets a été diffusé à tous les agents Air France (exceptés ceux dépendant du CE.OA) de la région parisienne mais aussi ceux de nombreuses régions de province : Toulouse, Bordeaux, Nantes, Marseille, Corse, Lyon, Mulhouse et Strasbourg. Vous avez jusqu'au 15 juillet pour parcourir le catalogue avec vos enfants et confirmer votre commande auprès de votre CE ou de son antenne régionale.

Par ailleurs, pour les agents de la région parisienne, n'oubliez pas de réserver votre séance "Arbre de Noël" sur L'île des Pirates au Parc des expositions de Paris-Le Bourget.

Trois h d'aventures inoubliables découpées en deux parties :

- > le parc d'attraction, qui propose des manèges, des ateliers ludiques, des simulateurs... des jeux pour tous les âges et tous les goûts.
- > le spectacle, dans un décor vivant et magique.

A vous de retenir la date de votre choix :

- > le 6/12 à 15 h, 17 h ou 19 h.
- > le 7/12 à 9 h 30 et 11 h 30.
- > le 13/12 à 17 h et 19 h.



SÉMINAIRE

Vers des vacances jeunes écocitoyennes

Les 7 et 8 mai derniers, près de 85 directeurs des centres de vacances du CCE se sont réunis, sous la houlette du service Vacances Jeunes, pour débattre autour du thème de "l'écocitoyenneté". Des réflexions enrichies par la présence de trois intervenants :

- > Dr Maria VELUDO Chercheur-enseignant-consultant au groupe ESC de Rouen.
- > Damien MARIE, Coordonnateur de projet au GRAINE de POITOU-CHARENTES (Groupe Régional d'Animation et d'Initiation à la Nature et l'Environnement).
- > Yann SOURBIER, Directeur d'une structure en Ardèche inscrite dans une démarche "d'écoresponsabilité".

Comme chaque année, ces journées permettent à l'encadrement des séjours vacances jeunes de s'appuyer sur des fondements défendus par le CCE. En effet, à l'issue de ces deux jours d'échanges et de débats, un compte rendu est adressé à chaque directeur leur permettant d'appliquer les grandes lignes des conclusions.



E. Beaumont

Séjours jeunes

A l'heure européenne

Activité

Depuis ce printemps, le CCE propose aux enfants de 6 à 9 ans un séjour en “Village européen”. En quoi cela consiste-t-il exactement ? L'idée est de proposer aux enfants un lieu pour aller à la rencontre des langues anglaise, espagnole et allemande et permettre une approche des différentes cultures. Il s'agit d'une animation et d'une sensibilisation, destinées à l'ensemble d'un groupe, et non d'un enseignement individuel. L'objectif est de donner à l'enfant un aperçu des possibilités linguistiques qui s'offrent à lui, et bien sûr, lui donner envie, lorsqu'il sera plus grand, de participer à un séjour linguistique à l'étranger.

A l'issue des premiers séjours "villages européens", organisés pendant les vacances de Pâques, nous avons rencontré deux directeurs qui ont tous les deux travaillé dans le même cadre :

- des équipes d'animation bilingues,
- le respect de la vie quotidienne de chaque enfant pour ne pas perturber leur rythme,
- des emplois du temps organisés en deux temps. Matinées consacrées à la découverte de la langue choisie en petit groupe et après-midi dédiés aux activités collectives.

Et bien sûr, l'organisation de toutes les activités traditionnelles d'un centre de vacances: activités manuelles, jeux collectifs, veillées, spectacles...

Petit résumé de ces séjours made in CCE :

Emmanuel BEAUMONT, Directeur à Fonsanges

J'ai abordé ce séjour sous le même angle que celui déjà encadré à Kerescant l'an passé avec les 9-10 ans pour une initiation à la langue anglaise. L'approche ludique est le fil conducteur de toutes les animations. Un support visuel est l'outil de référence pour chacun des groupes. Ce "book" propose des dessins illustrant les gestes de la vie quotidienne, des jeux, c'est l'outil de base que chaque enfant s'approprie et rapporte avec lui à l'issue du séjour. Sur les 40 enfants, la majorité avait opté pour la langue anglaise. Les aspirants pour l'espagnol et l'allemand étant moins nombreux, il a fallu coordonner l'ensemble pour que la progression des différents groupes soit équilibrée. Trois langues, donc trois apprentissages distincts le matin mais des activités en commun tous les après-midi. Le bouquet final fut l'organisation des Olympiades, où chaque "pays" défendait ses couleurs. Le but de ce village linguistique est de profiter de toutes les occasions de la vie quotidienne et du jeu pour appréhender l'idiome. Nous sommes vigilants à ne pas écoeurer l'enfant avec un suivi soutenu, ils sont d'abord en vacances ! mais si certains sont en demande nous sommes toujours présents pour répondre favorablement à leurs sollicitations. Cela fut un séjour vraiment intéressant, cela permet aux enfants de se familiariser à un environnement étranger tout en restant en France. C'est ainsi moins d'anxiété pour après, lorsqu'ils devront réellement partir dans un autre pays.



M. Lena

Mathieu LENA, Directeur à Pessat

L'idée du centre de vacances traditionnel organisé en "Village européen" est plus intéressante que d'encadrer un séjour linguistique à l'étranger. Tout simplement parce que nous avons carte blanche pour appréhender l'initiation à cette nouvelle langue. Pas de prestataire, donc pas de programme imposé, nous avons donc tout le temps pour respecter le rythme de vacances et adapter l'activité à l'enfant. Nous sommes là pour les sensibiliser à une culture différente, une autre façon de communiquer et le but est de le faire en s'amusant, que chacun y prenne du plaisir. Tout passe par le jeu, d'ailleurs on commence bien en amont du séjour, dès la lettre de convocation. Là, nous glissons un petit mot mystérieux (écrit dans toutes les langues) destiné à l'enfant, et l'on remarque que cette énigme suscite un vif intérêt. Elle sera le début d'une histoire dont ils seront les acteurs pendant tout leur séjour. On sollicite beaucoup l'imaginaire, il est source d'une grande créativité, surtout avec cette tranche d'âge. Prof de lycée, c'est vraiment passionnant de se retrouver avec ces enfants de 6 à 8 ans, ils sont dotés d'une motivation sans faille, toujours émerveillés, partants pour toutes les nouvelles activités, c'est très riche. Le petit truc vraiment sympa c'est que, chaque soir, sur l'audio-tel, les enfants enregistraient une chanson en anglais, espagnol ou allemand. Tout le monde était dans la dynamique, le personnel de service aussi. L'équipe cuisine a joué le jeu en élaborant des repas à thèmes permettant d'apprécier les spécialités culinaires des trois pays. Tout le monde a vraiment pris son rôle à coeur.

Le premier bilan de cette première édition du "village linguistique" est encourageant. Le concept a remporté tous les suffrages, tant auprès des équipes d'encadrement que chez les enfants qui étaient tous impatients de renouveler le séjour. Le plus grand regret de part et d'autre ? Une semaine...c'est beaucoup trop court !



Patrimoine des DOM

Le Mabouya, sa piscine, son ponton, sa cascade, ses parasols, ses palmiers... un cocktail ?

Evasion tropicale

Projet

La saison estivale a commencé et vous êtes nombreux à préparer vos voyages. Pensez aux offres vacances du CCE ! Soucieux de vous proposer des activités sociales de qualité, le CCE innove, rénove et restructure ses centres de vacances jeunes et adultes et ses centres de détente. C'est le cas par exemple du patrimoine des DOM avec ses nouvelles infrastructures. De l'Hibiscus sur l'île de La Réunion, à l'Oyack en Guyane, en passant par le Mabouya en Martinique et Séo en Guadeloupe, découvrez ou redécouvrez ces centres dont l'unique objectif est de vous faire plaisir. *Photos : CCE AF - F. Iglesias*

➔ Oyack : au coeur du poumon de la planète

Aventuriers, baroudeurs, ou amoureux de la nature, profitez de la situation exceptionnelle qu'offre "L'Oyack" pour découvrir l'un des derniers grands espaces sauvages de la terre. Alliant modernité, avec des aménagements high-tech, authenticité de par sa situation géographique rare, en bordure du fleuve "Oyack" et écologie avec ses équipements en chauffe-eau solaire, le domaine et ses 12 gîtes vous accueillent dans un tourbillon de biodiversité. Assister au spectacle surprenant des tortues géantes en pleine ponte, participer aux festivités d'un carnaval unique en son genre ou encore crapahuter dans une forêt luxuriante : vous n'aurez que l'embaras du choix.

A venir : mise en place d'un ponton au sein du centre pour un accès immédiat sur les rives du fleuve "L'Oyack".



Vue sur l'Oyack et la forêt, ouvrez vos oreilles, la faune vous chante la bienvenue.



Chaque bungalow possède sa cuisine ouverte sur l'extérieur.



Fin d'après-midi, au calme, à l'aube, sous le carbet.



Les cuisines sont entièrement équipées pour préparer les recettes locales.

➔ Sous le Carbet du Mabouya

Sur la plage ensoleillée... Faîtes-vous plaisir avec une escapade à l'île aux Fleurs. Les équipes du Mabouya, notre centre de détente en Martinique, vous attendent avec une surprise originale : un carbet de 180 m² flambant neuf, qui fleure bon le parfum des vacances. Vous pourrez au choix y disputer une partie de ping-pong, siroter un ti-punch ou simplement lézarder à l'ombre des bougainvilliers. Coquillages et crustacés...

En cours : bungalows équipés de stores automatiques et parasols adaptés à la météo.



Des bungalows aux couleurs tropicales et la mer à l'horizon...

➔ Welcome sur la plage californienne

Vous rêvez de lagon, de mer turquoise avec plages de sable fin ? À vos tongs et lunettes de soleil. Entièrement rénové après le passage du cyclone Dean, situé à Grande-Terre en Guadeloupe, Séo se découvre avec sa nouvelle "plage californienne". Équipé de chaises longues et d'une piscine munie d'un jacuzzi, le centre répond à tout le confort moderne. Une pataugeoire est même prévue pour les tout-petits. Surfeurs invétérés ou adeptes de la bronzette, pensez à réserver dès à présent.

En cours : création en cours d'un espace transit pourvu d'un coin bagagerie, vestiaire, bar et sanitaires.

Toujours des couleurs, du soleil...



The californian beach.

En famille, au coucher de soleil, on profite du jacuzzi.



Joli bungalow blanc à l'ombre des palmiers.

Protégée du bruit, la piscine vous attend.



➔ Protection acoustique de l'Hibiscus : ça, c'est fait !

Fini le vacarme des voitures au bord de la nationale. Au pays parfumé que le soleil caresse, l'Hibiscus vous accueille dorénavant dans un cadre qui a retrouvé le calme grâce à l'installation du nouveau mur anti-bruits. Rien de tel en effet qu'un havre de paix pour se reposer et profiter des richesses de la Réunion. Entre deux excursions, ressourcez-vous en bénéficiant aussi des facilités qu'offrent les bungalows récemment modernisés. Frais et dispos, vous pourrez sereinement découvrir les sentiers des épices et les mille reliefs d'une île assurément exotique.

En cours : cuisine équipée et salle de bains réaménagées.

Des couleurs citronnées et un confort revisité.



solidarité

Urgence Madagascar Rivotro au secours de l'île Sainte-Marie



Le 17 mars dernier, le cyclone Ivan frappait de plein fouet Madagascar. Pendant deux jours, plus aucune nouvelle des habitants de la paisible île Sainte-Marie, située à l'est de Madagascar, et pour cause : on y déplorait l'anéantissement de plus de 75 % des infrastructures. Devant l'urgence de la situation, un militant associatif, Jean-Jacques Soussan a créé "Urgence Madagascar Rivotro", rivotro signifiant cyclone. L'association récolte des fonds dès les premiers jours. Parmi les "plus gros donateurs", le CCE Air France qui a signé un chèque de 2000 euros. Avec un total de 5487 euros récoltés, ils ont pu acheter près de 8 tonnes de riz et les ont ensuite convoyées sur l'île, dans des conditions difficiles : digues rompues, routes chaotiques, pannes de camions. Mais rien n'a empêché la détermination des membres de l'association de mener à bien leur mission. Ils ont sereinement distribué la précieuse céréale aux quatre coins de l'île. Aujourd'hui, l'association continue de récolter des fonds pour aider à la reconstruction.



Les conditions d'accès à l'île furent chaotiques !



Des villages entiers ont été dévastés et les conditions de vie difficiles !



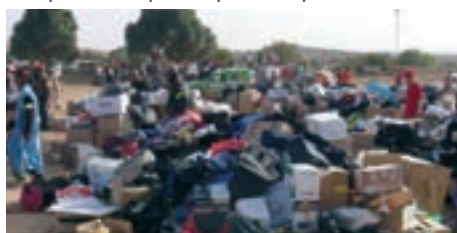
La distribution du riz.



Au départ, à Paris, la 4L est flamboyante neuve...



...Un peu moins après les premières pistes marocaines.



Une partie des 58 tonnes de matériel distribuée

Solidarité au volant d'une 4L



Plus de 600 4L ont participé à la 11^e édition du "4L Trophy", une course réservée aux étudiants, dont l'objectif est, chaque année, d'acheminer du matériel scolaire (trousses, feutres, crayons, gommes, cahiers, ballons, chaussures de sport etc.) à la Ligue Marocaine de la Protection de l'Enfance (LMPE) établie à Fès (dans certaines régions le taux d'alphabétisation n'excède pas 50 %). Le coup de départ a été donné à Paris le 14 février dernier. Bertrand Jalmain et Mathieu Grenier, tous deux étudiants en 2^e année de l'Ecole Supérieure d'Ingénieur en Electrotechnique et Electronique (ESIEE) d'Amiens y participaient grâce notamment au financement du CCE Air France. A raison de deux participants par voiture, chacun équipé d'un cartable, les comptes sont rapides à effectuer : près de 58 tonnes de matériels arrivées à bon port et 1200 écoliers bénéficiaires cette année !



iStockphoto

De la laïcité à la citoyenneté

Activité

Un an après son élection, le Bureau continue d'inscrire l'action du CCE dans une démarche citoyenne. Améliorer le dialogue social interne, lutter contre les discriminations par la diversité, s'engager dans une démarche solidaire et démocratique, le travail ne manque pas. Après avoir créé une charte sur le développement durable, une autre sur le harcèlement au travail (en cours de finalisation), les élus ont désormais mis en place une charte sur la laïcité. Le CCE Air France est ainsi l'un des premiers comités d'entreprise à franchir le pas. François Cabrera, Secrétaire Général du CCE a répondu à nos questions.

Comment définissez-vous la laïcité ?

Dans la sphère publique, la laïcité, élément fondateur de notre République, est la garantie que chacun dans sa sphère privée, puisse pratiquer ses croyances. La laïcité c'est vivre ensemble, se respecter, découvrir les autres, échanger et surtout ne pas imposer aux autres ses croyances. C'est un combat pour garantir le respect des libertés. Cette charte est donc fondamentale pour "mieux vivre ensemble".

Pourquoi avez-vous éprouvé le besoin de créer cette charte sur la laïcité ?

Nous avons conçu cette charte pour deux raisons. Premièrement parce que la société a beaucoup évolué. Nous sommes actuellement confrontés à un retour en force de la religion. Des familles retrouvent un intérêt à la pratique religieuse. Cet engouement se répercute inévitablement dans nos centres de vacances. Ensuite, cette charte répond à une question que se posent nos directeurs de centres. À savoir :

“ Quel est le positionnement du CCE face à cette croissance des requêtes d'ordre religieux ? Les journées d'étude organisées en 2007 dans notre centre d'Arbonne à Fontainebleau, en présence de spécialistes de la question et des 100 directeurs de nos centres, ont été essentielles puisque nous disposons désormais de lignes directrices.

Est-ce qu'il arrive dans les centres de loisir, que les enfants fassent des demandes particulières ?

Oui, des jeunes mais également des animateurs ! Nous avons déjà fait face à des demandes particulières venant d'adolescents de 12-15 ans dans nos centres de vacances. Pour exemple, il est arrivé que quatre jeunes croyants et pratiquants, en vacances près d'un village, demandent à leurs animateurs s'ils pouvaient aller prier dans une église située à deux kilomètres de leurs campements. Jusqu'ici, les directeurs et les animateurs pouvaient, devant le flou existant, accepter ou refuser de telles demandes. À partir de maintenant, la charte est claire : la réponse est non. De même, l'année dernière, une jeune femme responsable d'un groupe en maternelle a refusé de se mettre un maillot de bain. Or cela remettait en cause la sécurité des enfants.

Pour télécharger la charte : www.cceaf.fr, rubrique "vos enfants" et "à télécharger".

En quoi la laïcité s'inscrit-elle dans une démarche citoyenne ?

La laïcité est une démarche active, qui doit générer le débat. Il ne suffira pas de brandir la charte comme une réponse catégorique à tout. Elle doit être un outil de communication, susciter la discussion, servir d'instrument pédagogique. Dans les centres de loisirs, des thématiques comme par exemple la discrimination pourront être abordées.



François Cabrera,
Secrétaire Général du CCE

La laïcité
est un outil de
communication...

Quand cette charte entre-t-elle en vigueur ?

La charte a été discutée avec des professionnels et les élus. Elle est désormais active et sera diffusée à nos directeurs de centres, qui eux-mêmes la distribueront aux animateurs.

Quelques dates à retenir

- 26 Août 1789 : l'article 10 de la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen établit que "Nul ne doit être inquiété pour ses opinions, même religieuses (...)".
- 1881-1882 : Jules Ferry institue l'école publique gratuite, laïque et obligatoire.
- 9 décembre 1905 : vote de la loi sur la séparation des Églises et de l'État.
- 11 décembre 2003 : la commission Stasi* rend son rapport au Président de la République.
- 15 mars 2004 : vote d'une loi interdisant, dans les établissements scolaires, "le port de signes ou de tenues par lesquels les élèves manifestent ostensiblement une appartenance religieuse."

*La commission Stasi a été créée le 3 juillet 2003, suite aux polémiques relatives au port du voile à l'école en France. Présidé par Bernard Stasi, occupant alors la fonction de médiateur de la République et constitué de 20 membres, ce comité de réflexion a auditionné des représentants de la société civile, des partis politiques ainsi que des instances religieuses dans le pays.

La CIE Air France enfin en place

C'est dans le cadre paisible et ensoleillé du Domaine de Lassy que les membres du Bureau de la toute nouvelle Commission Inter-Etablissements (CIE), accompagnés de François Cabrera, Secrétaire Général du CCE, ont accueilli les 14 et 15 mai derniers les personnels CE de province ainsi que les membres désignés des antennes locales. La commission Inter-Etablissements Air France a finalement vu le jour sous forme associative. Celle-ci est constituée de deux membres de chaque CE fondateur : Exploitation, Commercial France, Fret et Siège et Supports. Le bureau de l'association est, quant à lui, composé d'un président, Jean-Claude Filippi, Secrétaire du CE Exploitation et d'une trésorière, Nicole Donnat Secrétaire du CE Commercial France.



Nicole Donnat et Jean-Claude Filippi composent le Bureau de l'association.

Les membres du Bureau de la CIE et les salariés des bureaux de province arrivent à Lassy.



Deux journées pour lancer une dynamique

Désormais juridiquement en place, le bureau de la CIE entendait lancer une nouvelle dynamique lors de ce séminaire. Sachant que la motivation ne pouvait que provenir des agents, le président de la CIE, Jean-Claude Filippi a expliqué que la réunion à Lassy avait pour but de "mieux apprendre à se connaître, à échanger des idées grâce à l'émulation que peut apporter le travail en groupe".

Créée par la volonté des 4 CE fondateurs, (Siège, Fret, Commercial France, Exploitation), la Commission Inter-Etablissements est une association, à but non lucratif, qui a pour mission la gestion des activités socio-culturelles destinées aux salariés affectés dans les sites de province. Concrètement cela veut dire que les antennes gardent le choix de leurs activités avec leurs spécificités locales. Chaque antenne possède sa propre histoire et dispose de méthodes de travail qui lui sont propres. Néanmoins, la synergie inter-établissement devrait permettre aux différentes antennes de mener des actions communes bénéfiques à tous. À commencer par les économies, qu'une union semblable peut engendrer, étant donné que "dans le cadre de négociations globales, les prix sont différents en fonction de la demande" comme l'a rappelé le président de l'association. La CIE participera "à la pérennisation des achats,

à offrir aux agents d'Air France des prestations correctes et à favoriser le maintien des emplois du personnel dans une conjoncture économique plutôt délicate".

Durant son intervention, François Cabrera, Secrétaire Général du CCE a insisté sur l'aboutissement du dossier porté par tous les élus et particulièrement des fondateurs de la CIE, du principe de mutualisation des moyens et de la pérennisation des activités locales spécifiques à chaque région. Les salariés de la CIE ont pu échanger leurs impressions et leurs idées avec Henri Coursol en charge du dossier Intégration à Air France. Celui-ci a par ailleurs remercié les membres fondateurs de la Commission Inter-Etablissements, Jean-Claude Filippi, Nicole Donnat, Olivier Rilhac, Michel Salomon et les représentants désignés, Jean-Marie Arnoux pour Toulouse, Barbara Herbaut pour Strasbourg-Mulhouse, Serge Nicoli pour Marseille, Marie-Christine Sautarel pour Bordeaux-Nantes, Evelyne Aubertelle pour Nice-Toulon, Cendrine Castro-Popieul pour Lyon. Ces deux jours ont également été l'occasion pour les salariés de province de découvrir Lassy, l'un des domaines du patrimoine du CCE. Un aperçu bienvenu puisqu'ils en sont aussi les acteurs. François Cabrera a ainsi lancé l'ouverture du séminaire consacré à plusieurs groupes de travail dont l'intégration du personnel à Air France.

RÉORGANISATION DU CCE

“Optim” passe le relais à “Cohésion”

Optim Phase 2 est aujourd'hui achevée pour sa partie organisation. Le focus désormais porte sur les outils et le projet Cohésion a pour objectif d'améliorer l'efficacité opérationnelle et financière du CCE et ceci en collaboration avec ses partenaires.

■ Cet objectif peut se décliner en plusieurs axes :

- > une organisation structurée et spécialisée par métier ;
- > l'harmonisation de certaines activités (achats, comptabilité, contrôle de gestion, paie...) avec les CE et autres partenaires (ASAF, Mutuelle...) ;
- > la mutualisation des fonctions support du CCE (achats, finance, contrôle de gestion) ;
- > la mise à disposition d'un outil de distribution en ligne, appelé site marchand et dont la maquette est en cours de finalisation.

■ La mise en place d'un ERP (progiciel dont la fonction est la gestion intégrée des différentes activités d'une entreprise) doit nous aider à atteindre notre objectif.

EXPOSITION

Air France-CCE : main dans la main pour un développement durable

Les 9 et 10 juin derniers, Air France a organisé une expo autour de ses engagements en faveur du développement durable. Deux jours dédiés, l'un pour la presse et le second pour les grands comptes de la Compagnie. Invité par Air France, le CCE était associé à cet événement pour présenter son action en faveur du tourisme solidaire.

LES CE AIR FRANCE

Accords concrets

Les réunions mensuelles avec les 7 secrétaires de CE se poursuivent afin de finaliser les dossiers communs tels :

- > L'accord sur les restaurants avec la mise en place d'une commission de régulation.
- > L'organisation des “Mercredis éducatifs”.
- > La coordination pour l'achat des jouets et l'organisation de l'Arbre de Noël.

CE DES FILIALES DU GROUPE AIR FRANCE

Dossiers en cours

Là aussi, les réunions périodiques se poursuivent avec les 13 secrétaires des CE. Les dossiers progressent également, ainsi, pour les vacances Été 2008, 100 dossiers, émanant des salariés des filiales, ont été déposés.

TRAVAUX

Le patrimoine du CCE se modernise

- > Les réaménagements de la piscine de Gassin ont pris fin, elle est désormais accessible à tous les vacanciers.
- > Le CCE a obtenu les autorisations pour l'acquisition de la parcelle située au milieu du village de Saint-Georges. Les problèmes que ce petit bout de terre a générés vont donc être résolus.

La piscine de Gassin.





LA STRATÉGIE D'AIR FRANCE

C

roissance rentable. C'est en général avec ces deux mots que la Compagnie présente publiquement sa stratégie. Deux objectifs donc : la croissance, l'augmentation du nombre de passagers et de kilomètres ; mais également la rentabilité. Croître sans céder à la tentation d'un leadership stérile, tel est l'enjeu. *Photos : Air France*

■ ÉLÉMENTS DE CONTEXTE

Comme toute stratégie, celle d'Air France prend sens par rapport à un contexte concurrentiel déterminé. Cependant, il est difficile de parler de contexte en général dans le transport aérien, tant les problématiques des différents types de vols (court, moyen, long-courrier) diffèrent. Il faut donc spécifier les choses. Quelle est la situation actuelle telle que la décrit la Direction d'Air France ?

Sur le long-courrier, la demande de transport aérien est particulièrement soutenue malgré le ralentissement de l'économie américaine. L'économie est de plus en plus tirée par les pays émergents. Cependant, la concurrence s'intensifie : Lufthansa se positionne en Europe de l'est et sur le pourtour méditerranéen, là où la croissance est forte. En outre, la compagnie allemande s'installe via BMI à Heathrow alors qu'Air France renforce sa présence à London City. British Airways se positionne sur le long-courrier haut de gamme pour bénéficier d'un avantage concurrentiel. Les compagnies améri-

caines, dont les relais de croissance se situent à l'international, entrent dans une phase de concentration pour mutualiser leurs forces. Enfin, les compagnies du Golfe et asiatiques sont bien placées pour ravir certains flux internationaux aux compagnies occidentales.

Le court et le moyen-courrier évoluent quant à eux dans un environnement désormais bien connu. Il reste marqué par la concurrence des low costs, du TGV et par la montée des préoccupations écologiques. Ces deux derniers facteurs se renforcent mutuellement car la sensibilité écologique, à tort ou à raison, profite au TGV. Il existe des éléments de contexte communs aux trois types de vols, à savoir : un baril à plus de 120 US\$; des mesures de sûreté pénalisantes pour le transport aérien.

Voici brossé à grands traits le contexte dans lequel évolue la Compagnie, il n'a pas significativement évolué depuis quelques années. Les réponses d'Air France non plus.





■ 2008 : L'ANNÉE DU TOURNANT

L'exemple de la fusion Delta-Northwest montre que l'on n'entre pas si facilement dans le capital d'une société. Air France-KLM avait prévu d'injecter 750 M\$ dans la fusion Delta-Northwest pour faciliter l'accord. Le groupe est revenu sur cette proposition, arguant que "les principes gouvernant la fusion ne requièrent plus de fonds supplémentaires par une augmentation de capital AF-KLM". Pour Delta, le temps n'est plus à l'augmentation de capital, les deux partenaires américains tablant sur un exercice bénéficiaire dès 2009. Pour les analystes d'Airline Business toutefois, les raisons de ce revirement sont éminemment politiques : *"Selon nous, il est inhabituel pour une compagnie aérienne de refuser un apport de cash. Nous pensons que la fusion Delta-Northwest est controversée aux Etats-Unis et nécessite un maximum d'appui politique. Avoir un partenaire industriel français au capital n'aurait pas amélioré l'attrait politique de l'opération"*. (Cité dans Airline Business, mai 2008, p. 9).

■ LES RÉPONSES D'AIR FRANCE

La stratégie de la Compagnie s'appuie toujours très fortement sur le Hub et sur la taille des appareils pour augmenter le nombre de PKT en économisant les moyens (donc augmenter le revenu plus que proportionnellement aux coûts). Sur le court-courrier, il s'agit également d'adapter les tarifs et les fréquences à la hausse ou à la baisse, selon l'intensité de la concurrence des low-costs et du TGV. A ces aspects fondamentaux, il faut ajouter une politique de couverture carburant prudente ; des agents et des technologies au sol et en vol pour voyager simplement et confortablement ; des avions nouvelle génération qui émettent moins de CO₂ (parce qu'ils consomment moins de carburant). Par ailleurs, la Compagnie développe des partenariats avec des compagnies étrangères pour s'implanter sur les marchés à forte croissance. C'est le cas notamment avec Delta pour capter du trafic entre Heathrow et les Etats-Unis à la faveur de l'accord de libéralisation du ciel transatlantique.

Les partenariats avec des sociétés étrangères ne s'observent pas qu'au passage

A l'industriel par exemple, les clients potentiels d'Air France opèrent dans le monde entier, ce qui implique un déploiement industriel lui-même à l'échelle du monde. D'où des prises de participations capitalistiques dans des sociétés locales, pour être présent sur les marchés d'avenir tout en minimisant les risques. Le rapprochement entre Air France et KLM fait également partie de la stratégie. Rappelons qu'il s'est opéré dans un contexte de déréglementation qui pousse les compagnies à se concentrer pour neutraliser la concurrence et atteindre une taille critique. Ses effets, en termes de synergies, sont attendus dans chaque direction. À l'industriel, le rapprochement entre les deux compagnies se traduit par une spécialisation de chaque compagnie sur des types d'avion ou de matériels ; aux achats, ce sont plus de 100 millions d'euros de synergies qui sont attendus. Doit-on évoquer le dossier Alitalia à propos de la stratégie d'Air France ? De fait non puisque l'acquisition n'a pas eu lieu. L'offre d'Air France s'inscrit bien cependant dans une politique consistant à prendre des positions stratégiques par croissance externe.

■ L'ORGANISATION DE LA GOUVERNANCE DANS UNE ENTREPRISE "MULTI-PRODUITS"

Difficile de ratisser large et de creuser profond à la fois. A l’instar de nombreuses compagnies Major, Air France s’attaque à tous les marchés, sur tous les types de lignes et de segments de clientèle. Pour cela, la Compagnie se dote à chaque fois de structures spécifiques avec un modèle économique adapté à la cible.

- Les marchés émergents sont attaqués par des prises de participation dans des sociétés étrangères ou par la création de sociétés communes.
 - La clientèle loisir est visée avec une structure ad hoc (Transavia).
 - La clientèle du marché domestique, voyage dans les appareils des filiales ou de sociétés affrétées.
 - La clientèle affaires long-courrier, qui reste le coeur de cible d’Air France, est transportée en moyens propres...
- Il faudrait entrer plus avant dans le détail pour

cerner toutes les solutions commerciales et industrielles imaginées pour être présent sur tous les marchés. Si, à ce découpage de l’entreprise en entités indépendantes, l’on ajoute le découpage interne à Air France en trois métiers, on mesure l’importance de la coordination stratégique de cet ensemble kaléidoscopique. Par ailleurs, demeure toujours le risque de ce que les experts de la stratégie appellent “l’enlèvement dans la voie médiane”, c’est-à-dire le fait de se battre sur tous les fronts, sans bénéficier du coup de l’avantage concurrentiel que procure le fait de se focaliser sur un segment de clientèle.

Il est clair cependant qu’Air France est et restera une Compagnie “généraliste”. Pour elle le problème est moins de se focaliser sur un type de clientèle que de développer un service à forte valeur discriminante pour le client, quel que soit le marché.

VERS UN RISQUE DE SURCAPACITÉ ?

ORIGINE	DESTINATION	SKO HEBDOMADAIRES		FRÉQUENCE HEBDOMADAIRE	
		MILLIONS	VAR EN % *	TOTAL	VAR
AMÉRIQUE DU NORD	Europe de l'Ouest	11 816	7,5	6 996	+ 495
	Asie	5 743	12,5	1 760	+ 167
	Caraïbes	1 380	1,8	5 106	- 180
	Amérique Centrale	1 542	2,8	5 717	+ 45
	Amérique du Sud	1 421	11,9	1 326	+ 125
	Amérique latine	4 344	5,3	12 149	- 10
EUROPE DE L'OUEST	Asie de l'Est	4 001	4,5	1 484	+ 90
	Asie du Sud-Est	2 552	5,8	802	+ 48
	Asie du Sud	1 467	14,1	761	+ 80
	Total Asie	8 021	6,6	3 047	+ 218
	Amérique latine	3 825	17,6	1 721	+ 347
	Moyent-Orient	2 612	16,8	2 957	+ 420
ASIE	Moyent-Orient	3 215	20,1	3 825	+ 663
TOTAL DE LA SELECTION	Europe de l'Ouest	38 577	10,2	32 455	+ 2 300
MONDE	Europe de l'Ouest	122 434	8,8	597 299	+ 21 735

Source : Airline Business, juin 2008. Evolution prévisible des capacités des compagnies IATA.
* Evolution par rapport à juin 2007.

■ QUELS SERAIENT LES EFFETS D'UN RETOURNEMENT DE CONJONCTURE ?

Le succès d'une stratégie de croissance rentable dépend de la demande. Quand le marché est tiré par la demande, la production flexible de masse, assortie d'un peu de service, est rentable. Les choses se compliquent lorsque le marché est saturé. Or, si l'on en juge par les commandes d'avions des compagnies aériennes, une situation de surcapacité n'est pas à exclure. Un autre élément nécessitera une attention toute particulière : le cours du baril de pétrole qui pourrait atteindre à l'avenir des niveaux économiquement incompatibles avec le moteur à explosion.

CARNET DE COMMANDE DE BOEING ET AIRBUS

	2006	2007
AIRBUS	226	854
BOEING	736	903

Source : Air & Cosmos n° 2095, 12 octobre 2007.

■ LES TROIS STRATÉGIES DE BASE POSSIBLES

(SELON MICHAEL PORTER, GOUROU DES EXPERTS AMÉRICAINS EN STRATÉGIE)

Stratégie de
domination
par les coûts

“Un producteur, à coûts peu élevés doit découvrir et exploiter toutes les sources possibles d'avantage par les coûts. Les producteurs à coûts peu élevés vendent généralement un produit standard ou sans fioritures, et attachent la plus grande importance à réduire les coûts”.

Stratégie de
différenciation

“La deuxième stratégie de base est la différenciation. La firme choisit une ou plusieurs caractéristiques que de nombreux clients perçoivent comme importantes et se met en position de satisfaire ces besoins. Cette position unique est rémunérée par un surprix”.

Stratégie
de service

Dans la stratégie de service, le problème est moins de différencier un produit dans certains de ses éléments que de fournir un service adapté aux attentes des clients, voire à les anticiper, sur tous les stades de la chaîne de valeur.



ALITALIA, EST-CE BIEN FINI ?

Le rejet des syndicats et les élections législatives italiennes ont apparemment mis fin au projet de reprise de la compagnie transalpine par Air France-KLM. Mais le dossier est-il vraiment clos ? Et cela est-il un bien ou non pour Air France et ses salariés ?

En tant que pionnier de la concentration du transport aérien européen, le Groupe Air France-KLM ne pouvait que se pencher sur le dossier de reprise d'Alitalia. Partenaire de longue date du groupe au sein de SkyTeam, positionnée sur un des marchés intérieurs européens le plus important, la compagnie transalpine est pourtant un dossier complexe, et qui n'a pas fini de l'être.

Trois contraintes majeures, facilement identifiables, pèsent sur Alitalia :

1 Des pertes colossales, concentrées sur le hub de Milan

Depuis le lancement du projet "Malpensa 2000", en 1998, Alitalia a docilement joué le jeu du développement de la plate-forme, au mépris de toute rentabilité. Au point que cet aéroport représente la moitié de ses pertes. Or, la plate-forme milanaise qui drainait plus de 50 % du trafic passagers des régions septentrionales il y a dix ans, n'en capte plus que 38 %. La mauvaise desserte de l'aéroport par voie autoroutière ou ferrée est si dissuasive que les villes du

nord ont développé leur propre plate-forme, créant ce que l'ancien ministre de l'industrie, Pierluigi Bersani, appelle "une anarchie aéroportuaire, avec une escale tous les 50 kilomètres".

Désormais, pour des vols intercontinentaux, on part de Bologne, de Venise ou de Vérone, sur des avions de la Lufthansa, de British Airways ou d'Air France vers les hubs de ces compagnies à Francfort, Londres ou Paris. Les perspectives de développement de Milan-Malpensa en tant que véritable hub sont d'autant plus faibles que sa situation géographique dans un parc naturel lui interdit d'envisager une extension de ses deux pistes. De plus, il reste concurrencé par le vieil aéroport de Milan-Linate, situé à proximité immédiate du centre-ville. Non seulement cette installation n'a pas fermé, comme prévu, mais elle n'a pas cessé de se développer depuis dix ans.

Le syndical patronal italien (la Cofindustria) donne une priorité qui peut sembler étrange au sauvetage de Malpensa, au détriment d'Alitalia, sensée continuer à exploiter des lignes déficitaires jusqu'à ce que l'aéroport trouve son équilibre.

Le plan de redressement d'Alitalia, validé lors de l'offre de reprise d'AF-KLM, avait déjà entériné la baisse drastique du trafic sur Milan et le basculement d'un certain nombre de lignes sur Rome. Dans le plan d'Air France, le nombre de PAX devait passer de 10 à 15 millions sur Rome et de 10 à 2 millions sur Milan.

3 Des liens ambigus avec la tutelle, bloquant les prises de décisions

Les désaccords persistants au sein du conseil d'administration de la compagnie, notamment entre les représentants de l'Etat et le management, ont apparemment bloqué les plans successifs de redressement, gelant les prises de décision et diminuant d'autant la réactivité de l'entreprise.

Les périodes de crise qu'a traversé le transport aérien depuis 2001, la concurrence, très vive en Italie, des compagnies low costs, ont aggravé ces handicaps pour aboutir à un complet assèchement des moyens financiers de l'entreprise, qui perd un million d'euros par jour.

Et si le plan d'Air France-KLM avait été accepté ? Il y a fort à parier que le redressement aurait été très difficile à atteindre. Le Groupe aurait eu notamment à surmonter les difficultés de gouvernance évoquées ci-dessus, dans un environnement économique beaucoup plus difficile que sur la période 2005-2007.

Le pire qu'il pourrait advenir maintenant pour Air France serait de se voir imposer par la sphère politique une reprise d'Alitalia, mais aux conditions du nouveau gouvernement italien. Espérons que la privatisation d'Air France aura au moins cela de bon : couper le cordon ombilical avec l'Etat, pour le meilleur comme pour le pire !

2 Une flotte vieillissante fortement consommatrice de carburant

Le manque de financement n'a pas permis à Alitalia de procéder aux investissements nécessaires pour le renouvellement de sa flotte. Cette situation est très coûteuse quel que soit le contexte, mais particulièrement pénalisante en période de pétrole cher comme à l'heure actuelle. Si l'activité Passage en pâtit, c'est encore plus le cas pour le Cargo, qui perd plus de 30 % de son chiffre d'affaires. Le plan franco-néerlandais prévoyait un arrêt en biseau de l'activité, jugée impossible à redresser (il aurait fallu pour cela renouveler entièrement la flotte de MD 11).



Air France

Air France

MIGRATION D'ALPHA3 ET DE GAËTAN VERS AMADEUS :



LES ÉLUS SE PRONONCENT CONTRE

Air France

Après la réservation de KLM et prochainement l'inventaire des deux compagnies, ce sera ensuite au tour des systèmes d'enregistrement et de chargement avions (le "DCS") d'être externalisés vers Amadeus, avec à la clef la recherche d'une homogénéité des outils informatiques commerciaux et passagers.

■ RETOUR SUR L'ALLIANCE AF/KLM

Le Groupe AF-KLM recherche, à travers des outils informatiques communs, à maximiser les possibilités de synergies commerciales entre les deux compagnies aériennes. Dans ce cadre, le programme Mosaique se base sur l'externalisation des systèmes en vigueur au sein d'Air France et de KLM vers la suite ALTEA, développée par Amadeus.

Depuis la dernière réunion du CCE, le programme a été mis en oeuvre avec notamment :

- La migration de KLM sur la réservation d'Amadeus.
- L'entrée dans sa phase opérationnelle de la migration sur le nouvel inventaire.

L'adieu à Alpha 3

La première phase, de décembre 2007 à avril 2008, a consisté dans la migration des code-share d'Air France, avec les mêmes fonctionnalités que KLM. Dorénavant, un seul dossier de réservation comporte l'ensemble des tronçons réalisés par un voyageur, quelle que

soit la compagnie utilisée, en operating ou marketing. Ce nouveau produit, appelé “single PNR code-share”, permet un traitement homogène du client entre toutes les compagnies partenaires, ce qui améliore la satisfaction des clients mais aussi facilite le travail des agents Air France. Les retours de ces derniers seraient très positifs.

La deuxième phase concerne la mise en place de la base de données Voyages (PAX/PNR database). Cette base, développée et hébergée à Air France et alimentée par les données Amadeus, est interfacée avec toutes les applications internes Air France (35 interfaces). Elle doit permettre, à partir de juin 2008, de mettre en oeuvre les actions de reconnaissance des clients, notamment des clients firmes, pour répondre le mieux possible à leurs besoins et améliorer leur service personnalisé.

La troisième phase, en cours d'avancement, concerne la migration proprement dite de l'inventaire chez Amadeus. Celle-ci devrait intervenir dans le courant du deuxième trimestre 2010. Cela nécessite la coordination de tous les sous-projets et développements internes qui y sont liés, l'interface avec les systèmes actuels de revenue management (Airmax pour Air France et Odyssey pour KLM), ainsi que la “réacommodation”, à savoir la gestion du re-booking automatique et l'interface avec l'outil ROC d'Air France.

Ce changement d'outil devrait concerner environ 160 agents, dont 60% de gestionnaires de vols. Plus de 850 journées de formation devraient être dispensées.

L'adieu à Gaétan

Le projet DCS est encore plus ambitieux. A l'origine, la Direction avait semble-t-il hésité à confier la construction du DCS commun au Groupe à une société extérieure, du fait des nombreux développements spécifiques qui y sont attenants. Un travail de spécification détaillée avec Amadeus et KLM devra permettre de résoudre ces problèmes. Le choix d'abandonner les systèmes existants (Gaétan pour Air France et Codeco/VLC pour KLM) a été entériné, en faveur de la solution Amadeus.

Ce système commun va permettre, à terme, la convergence des règles de gestion, le renforcement des synergies entre les deux exploitations, l'alignement des processus métiers entre les deux compagnies et le management des hubs, entre autres. C'est dire son importance dans le processus de fusion opérationnelle des deux compagnies ainsi que pour le quotidien des équipes de terrain. Le changement d'outil va concerner près de 20 000 utilisateurs à Air France et près de 10 000 à KLM.

D'importantes interrogations toujours en suspens

Les représentants du personnel n'ont jamais nié l'intérêt de disposer de systèmes informatiques communs dans la constitution du Groupe Air France-KLM. En revanche, c'est bien le choix d'une solution externe qui est contesté. Aux questions d'ordre stratégique (réactivité et maîtrise des futurs développements), sur lesquelles les élus et la Direction du groupe sont en complet désaccord, viennent se rajouter des interrogations d'ordre financier et social.

L'analyse des gains/coûts du projet inventaire aboutirait à un retour sur investissement en trois ans. Mais les coûts du projet ont connu depuis la première version présentée à la session, 44 % d'inflation (en 18 mois), passant de 35 à 51 M€. A noter que c'est le futur outil de yield management qui génère les gains et non pas l'inventaire Amadeus.

Les coûts du DCS sont estimés à près de 110 M€ et le retour sur investissement est prévu sur quasiment 6 ans. Mais cette estimation optimiste comporte beaucoup d'inconnues. Du côté des coûts, l'exemple du projet Inventaire est là pour rappeler les risques de dérapages. D'ores et déjà, les compagnies tierces utilisatrices de Gaétan, semblent très mal prendre l'arrêt du système, avec des retombées en terme de pertes de chiffre d'affaires, certes marginales par rapport à l'activité de la Compagnie, mais néanmoins réelles. Du côté des gains, ils apparaissent très volontaristes (KLM fait preuve d'ailleurs de beaucoup plus de prudence) et sont de fait liés en partie à des “améliorations de productivité”. En langage commun, cela signifie de nouvelles suppressions de postes en escaliers –environ une centaine– dont on ne sait comment elles seront absorbées, notamment dans le contexte morose de la DEF. Enfin, la banalisation du DCS utilisé implique toujours des possibilités accrues de recours aux emplois précaires. Quant aux fonctionnalités essentielles de “Gaétan”, il reste à vérifier qu'aucune d'elles ne manquera dans l'outil final externe.

Toutes ces raisons ont conduit à un rejet massif du projet par l'ensemble de la Session. Cela ne peut bloquer la décision de la Direction mais constitue un signal fort sur le suivi que compte exercer les représentants du personnel, notamment dans le domaine de ses conséquences sociales.

RÉSULTATS DU VOTE

POUR : 0.
CONTRE : 5 CFDT, 2 FO, 2 CGC, 3 CGT.
ABSTENTION : 0.

VOTES ASSOCIATIFS :
POUR : 0.
CONTRE : CI, FO, CFTC, SUD.

*Dossier unique de réservation à codes partagés.
*Cf Panoramag nouvelle formule, novembre 2007.



Air France

MODERNISATION DE LA FORMATION AU SEIN D’AIR FRANCE

Au mois de mars, les orientations et prévisions d’heures de formation pour l’exercice 2008/2009 ont été présentées aux instances de représentation du personnel. Les prévisions ont été établies à partir d’une nouvelle méthode pour caler “l’investissement formation” sur les axes stratégiques de la Compagnie.

VOLUME D’HEURES PRÉVISIONNEL EXERCICE 2008/2009

	PS	PNC	PNT
Volume d'heures global	1 537 280	644 962	1 198 173
Prévi 08/09 sur prévi 07/08	- 1,1 %	- 3,3 %	+ 23 %
Nombre de jours/agents formés	5(6 DGE)	6	34
Catégorie 3 du plan (développement des compétences) en % des heures	2 %	2 %	55 %

La nouvelle méthodologie de construction de plan de formation s’inscrit dans le cadre du projet “Trans’form” de modernisation de la formation. Elle consiste à provisionner des volumes d’heures en amont du recueil des besoins, en fonction des axes stratégiques de la Compagnie. Le but de la

manoeuvre étant de faire de la formation un véritable levier de la compétitivité. Trop longtemps en effet, la planification de la formation est restée un exercice automatique et obligatoire (imposé par la loi), sans rattachement explicite à la stratégie. L'un des objectifs du projet de modernisation de la formation est de faire évoluer cette situation. De fait, un lien clair entre les orientations et le volume de formation est établi pour l'exercice 2008/2009.

LES AXES STRATÉGIQUES ET CERTAINS PROJETS CORRESPONDANTS

Relations de service	Changer/innover en permanence	Développement durable	Bâtir le groupe de demain
Itinéraires	Cible Avion	Sécurité	Management fonctions combinées
Mosaïque	IRHIS	Culture économique	Anglais commercial
Salto	MAP	Normes environnementales	Informatique transverse (JIMS)
Phoenix	Chargement des 777 cargo	Awareness : sécurité informatique	JCT : anglais

La présentation des orientations de la formation donne du sens aux volumes d'heures. Ceux-ci répondent à la question "comment" alors que les orientations répondent à une question plus fondamentale : "pourquoi". La présentation du plan de formation offre donc l'opportunité d'échanger autour des objectifs poursuivis par l'entreprise et de ses priorités. Or il est souvent plus aisé d'aborder ces questions par le biais de la formation que par l'analyse des données concurrentielles. Autant il peut être intuitif de remarquer qu'un besoin en formation n'est pas couvert, ou trop ou pas assez, autant il reste difficile de se faire directement une opinion sur la validité d'une stratégie. Pour autant, souligner qu'un besoin de formation qui émane du terrain n'est pas couvert, ou qu'une formation offerte ne correspond à aucun besoin, fait pleinement partie du processus stratégique. La présentation du plan de formation fournit donc l'occasion d'une confrontation entre les exigences de la stratégie et celles des réalités de terrain.

■ MESURER LES EFFETS DE LA FORMATION

C'est également dans le cadre du projet Trans'form que les partenaires sociaux ont été invités à proposer des indicateurs pour mesurer la qualité de la formation. Il est clair cependant que pour les élus du personnel, le respect des obligations légales reste une dimension incontournable, dimension dont le respect participe d'ailleurs à la qualité de la formation. Les travaux des commissions sont en cours. On peut cependant évoquer les sujets qui sont au centre des débats :

- > L'adéquation de la formation aux besoins professionnels. C'est la mission de base de la formation : transmettre aux agents les connaissances requises par leur poste de travail. Plusieurs indicateurs permettent de mesurer les effets de la formation sur la compétence.
- > Le rôle de la formation dans l'accompagnement des projets professionnels individuels, notamment par le suivi de la catégorie 3 du plan de formation (nombre d'heures de formation alloué au développement des compétences dans le cadre d'une évolution professionnelle)
- > Le Droit Individuel à la Formation. Il s'agit d'un droit nouveau, parfois mal connu des salariés. C'est la raison pour laquelle il est important de suivre sa consommation et son usage.

Grand Prix National des Jeunes Handisport

Pour sa sixième édition, le Grand Prix National des Jeunes Handisport s'est tenu du 30 avril au 3 mai à Tomblaine en Lorraine. Pendant quatre jours, plus de 150 jeunes handicapés âgés de 10 à 20 ans ont participé à des épreuves athlétiques, aquatiques, d'adresse et de précision, de forces ou encore de duels. Organisés par la Fédération Française Handisport toutes les années paires, ces championnats, soutenus par le CCE, offrent à des jeunes venus des quatre coins du pays, la possibilité de pratiquer des sports en équipes. L'un des objectifs est de promouvoir l'épanouissement personnel à travers des notions telles que l'appartenance à un groupe, le fair-play, mais aussi la "niac". Prochain rendez-vous en 2010.



(NOUS RAPPROCHER ENCORE PLUS DE VOUS)



Panoramag N°4 - le magazine du CCE Air France

Bâtiment Le Dôme - 6, rue de La Haye - BP 12691 - Tremblay-en-France
95725 Roissy Ch. De Gaulle cedex

Directeur de la publication > François Cabrera - Secrétaire Général du CCE

Conception & Réalisation > service Communication du CCE AF

Rédaction en chef > Marie-Laure Hermanche

Maquette et iconographie > Frédéric Iglesias - Rédactionnel > Basma Ahmed-Kamal - service Economique du CCE AF
Imprimerie > Seldo



Revue imprimée sur Cyclus, papier certifié du "Label Ecologique Européen". Cet écolabel "produit" apporte la preuve au travers des nombreux critères d'évaluation, que le produit protège mieux la nature lors de sa conception que d'autres produits similaires n'ayant pas cette certification. Usines certifiées ISO 14001, norme destinée à limiter régulièrement l'impact de la production sur la nature, eau, air, sols.