



cceaf.fr

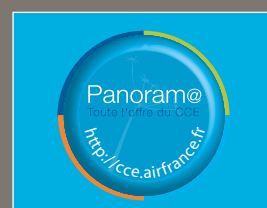
panorama

MAG



Dossier éco

Alitalia,
la messa è finita



Le CCE se dévoile

Vacances 2009,
Un éventail de
séjours en ligne

Le CCE s'engage

Panoram@
Politique tarifaire
(suite & fin)



Entre vous et nous

- p.4 Un autre regard
- p.5 Les infos du Bureau
Les news du CCE
- p.6 Le CCE s'engage
Panoram@
Version 2009, à portée de clic
- p.7 Panoram@
- p.9 Politique tarifaire - suite et fin
- p.10 Solidarité
- p.10 Le CCE se dévoile
Un éventail de séjours en ligne
- p.10 Echos des CE
Une médiathèque sur les pistes

Economie

- p.15-18 Le dossier
Alitalia : la messa è finita ?
- p.19-21 Repères
Résultats Air France
- p.22 La session
 - La crise : quelle conséquences sur la formation
 - Les cars Air France
 - Mise en place d'un CET pour les PNC

Le Bureau du CCE

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)

Les Secrétaires de CE

AIR FRANCE CARGO	COMMERCIAL FRANCE	DIRECTION GÉNÉRALE INDUSTRIELLE
		
Olivier Rilhac FO	Nicole Donnat CFDT	Jean-Pierre Perrot CGT
COMMERCIAL INTERNATIONAL & DOM	EXPLOITATION	DIR. GÉNÉRALE SYSTÈMES D'INFORMATION
		
Christian Julia CFDT	Jean-Claude Filippi FO	Paul Veuilleux CFDT
SIÈGE & SUPPORTS	OPÉRATIONS AÉRIENNES	
		
Michel Salomon CFDT	Christophe Dropsy Alliance PN-CE	

Paroles

de CCE

Le CCE plus que jamais acteur de votre avenir

Alors que la crise économique mondiale semble s'installer durablement, le Comité Central d'Entreprise doit plus que jamais exercer son double rôle à la fois sur le suivi économique de l'entreprise et sur les activités sociales proposées aux salariés d'Air France.

Les propos tenus en session du CCE le 22 janvier par Pierre-Henri GOURGEON, nouveau Directeur Général d'Air France depuis le 1^{er} janvier, sans être alarmistes, annoncent pour les mois qui viennent des projets de réorganisation, de synergie avec KLM, de réduction des effectifs et de révisions des Process. Dans ces attributions économiques, le CCE sera d'une très grande vigilance afin que les intérêts des agents de la Compagnie soient préservés.

Concernant les activités sociales centralisées gérées par le CCE, notre objectif prioritaire est de faire de nos offres de vacances, qu'il s'agisse des vacances jeunes ou des vacances adultes, une sorte de "valeur refuge" où chacun continuera d'y trouver des propositions en rapport avec le budget qu'il peut y consacrer. C'est dans cet esprit qu'a été conçue la nouvelle politique tarifaire qui se mettra en place avec Panoram@, le site de réservation en ligne de vos vacances. Dans cette démarche, les propriétés du CCE jouent un rôle essentiel et les projets d'amélioration et de modernisation que nous envisageons devraient encore consolider l'appréciation que vous nous portez. En effet, en 2008, votre indice de satisfaction sur le patrimoine a atteint 96 %.

Comme vous allez le découvrir à l'intérieur de ce magazine, la date d'ouverture du site de réservation est proche et les pages 6 à 12 vous en disent un peu plus. D'autres informations sont encore à venir et nous mettons tout en oeuvre pour qu'à l'ouverture, chacune et chacun d'entre vous, y compris les retraités, aient toutes les informations nécessaires pour accéder à l'offre de vacances du CCE et profiter pleinement de tous les avantages de votre nouvel outil.

Le Bureau du CCE

Un autre regard

Handicirque, le plein de talents

En scène ! Près de 5000 personnes se sont données rendez-vous le 8 janvier dernier au Cirque Pinder installé sur la Pelouse de Reuilly à Paris. Une première les y attendait. Huit athlètes handicapés, parrainés par les artistes du Cirque Pinder ainsi que par des célébrités ont offert un spectacle des plus saisissants : numéro de trapèze, d'illusion, d'équilibre, dressage de fauves, le chapiteau entier a vibré sous l'émotion. Effacées les différences le temps d'une soirée... Cet événement, unique au monde, soutenue par une délégation inter-ministérielle, est organisé par la Fédération Française Handisport (FFH) et le Cirque Pinder avec le soutien du CCE Air France. Une réédition est programmée dès l'année prochaine.

Photos : CCE AF - F. Iglesias



La délégation inter-ministérielle menée par Roselyne Bachelot, ministre de la Santé, de la Jeunesse, des Sports et de la Vie associative a salué "un événement unique au monde".



Les athlètes et parrains de la soirée



Djamel Mastouri (athlétisme), parrainé par MC Solaar et Rica Zeraï entre dans la cage aux fauves.



Xavier Le Draoullec (athlétisme), parrainé par Bernard Diomède défie les lois de l'apesanteur au trapèze.



Les pongistes Christophe Durant et Martin Emeric, parrainés par Quentin Mosimann et Miss France 2009.



Tout en douceur... Assia El Hannouni (athlétisme), parrainée par Jean-Luc Reichmann apprivoise les éléphants.

Panoram@

En route vers Panoram@

Panoram@ en avant-première les 25 et 26 mars ! Pour cette première édition itinérante qui prendra place dans l'allée centrale du Siège Air France à Roissy, les agents du CCE Air France présenteront en "live" le fonctionnement du nouveau site de réservation en ligne et répondront à toutes vos questions. Venez nombreux faire connaissance avec votre nouvel outil de réservation.

Newsletter

Inscrivez-vous

Vous êtes près de 15 000 agents Air France à vous être déjà inscrits à la Newsletter de Panoram@. Si tel n'est pas encore votre cas, optez pour une information sur mesure en vous inscrivant dès aujourd'hui sur <http://cce.air-france.fr>

LE CCE et les retraités

Renforcer nos liens

Afin d'améliorer la place qu'occupent les retraités dans les activités sociales centralisées organisées par le CCE, et face aux questions qu'ils se posent sur la disparition du catalogue "Panorama" papier et son remplacement par le site internet Panoram@, le Bureau a rencontré à plusieurs reprises les associations et syndicats de retraités.

Voici les 3 grands points sur lesquels ils ont travaillé :

1. Grande difficulté à tenir à jour un listing des adresses des retraités : près de 3 000 Panorama reviennent au CCE avec la mention "n'habite pas à l'adresse indiquée". Dorénavant, seule la revue Panoramag (magazine bimestriel du CCE) sera envoyée par la Poste, c'est le relais d'information incontournable.
Un processus doit donc être mis en place afin de récupérer, au moins une fois par an, un listing "à jour" des retraités. Cela pourrait se traduire par une adhésion volontaire annuelle au CCE, garantissant ainsi la validité des adresses. C'est bien ce dernier point qui est primordial, l'aspect tarif de cette adhésion n'étant pas la priorité. Cette question sera tranchée avec les syndicats et associations de retraités. Cette disposition ne concerne pas les retraités dépendant du CE.OA, qui a mis en place un processus particulier pour établir la liste de ses retraités ouvrant-droits.
2. Les retraités auront désormais un référent agent de loisir au sein de leur CE ou CIE (antenne locale de province). C'est bien ce référent qui assurera le contact avec le retraité, surtout avec celui qui n'a pas Internet.
3. Sur le site Panoram@, les retraités auront la possibilité de payer en ligne en 4 fois sans frais.

Voeux 2009

"Le CCE est en marche, il avance..."

Du neuf et vers les e-toiles. François Cabrera a donné le ton de cette année lors des vœux au personnel du CCE qui se tenaient le 13 janvier dernier dans la salle Max Hymans, au siège d'Air France. Après avoir fait un bilan complet sur l'année écoulée, qualifiée de "charnière" avec la mise en route de plusieurs "fondations" dont Optim, Cohesion et Ecocit, celui-ci a remercié "ceux qui nous ont fait confiance" malgré les "soubresauts" et les "rumeurs". Le Secrétaire Général du CCE Air France s'est ensuite tourné vers "2009 l'année du CCE Air France". Celui-ci a en effet évoqué les outils en cours d'élaboration comme l'ERP, le lancement du site Panoram@ et du E-recrutement. *"Les années noires sont derrière nous, le CCE s'est remis en marche et avance désormais"*, résolument optimiste et mobilisateur, François Cabrera n'a pas manqué de remercier l'ensemble du personnel ainsi que les agents Air France pour la confiance accordée.

Spectacle de Noël

Les enfants remercient le CCE Air France

La Fondation Air France remercie le CCE Air France et le CE Lignes, au nom de tous les enfants qui ont bénéficié de places pour assister à différents spectacles à l'occasion des fêtes de fin d'année. Le CCE a effectivement offert aux associations d'enfants défavorisés plus de 1500 invitations pour assister au spectacle de l'île aux Pirates et 600 entrées pour le Cirque Pinder. Des milliers de petits bénéficiaires ont ainsi témoigné leur reconnaissance à travers des dessins, photos et lettres.
<http://fondation.airfrance.fr>

Evénement

Les Chapiteaux du cœur à Lyon, Toulouse et Paris

Après une première année réussie, le CCE Air France renouvelle l'opération "Chapiteau du cœur". L'action consiste à offrir des places de cirque, à des institutions, des écoles, des hôpitaux recevant des enfants handicapés ou touchés par la maladie. En tournée, à travers toute la France, le cirque Pinder avec lequel le CCE Air France est en partenariat, fera escale le dimanche 1^{er} mars 2009 à Toulouse, puis le 29 mars à Lyon et en novembre à Paris. L'occasion pour ces jeunes d'oublier la maladie et de partager un moment féérique dans le monde magique du cirque.



cce.airfrance.fr version 2009, à portée de clic

Activité

Le nouveau site institutionnel du CCE est en ligne depuis le 22 janvier dernier (cce.airfrance.fr). C'est la porte d'entrée générale du CCE qui permet d'accéder à tous les services du CCE, y compris au site de réservation des séjours Panoram@. [Http://cce.airfrance.fr](http://cce.airfrance.fr) est donc le point névralgique du système et nous vous proposons d'y découvrir ou redécouvrir ce qu'est et ce que fait le CCE pour vous aujourd'hui.

Le site institutionnel est ouvert à tous les publics, l'identification et le mot de passe ne seront obligatoires que lors de la connexion à Panoram@, dont l'ouverture est programmée début avril.

➔ E-Recrutement au poste !

Deux nouvelles rubriques font leur apparition sur cce.airfrance.fr : E-recrutement et Médias. Chaque année, le CCE Air France propose des milliers d'emplois en contrats saisonniers, mais aussi en CDI, CDD, intérim, alternance, stages, cela dans trois secteurs particuliers : les séjours jeunes, les villages de vacances adultes propriétés du CCE et au siège du CCE. Tout le monde peut accéder à ces offres, pour y répondre, un espace personnalisé vous est spécifiquement consacré. Là, il est possible de créer son profil personnel, de préciser ses critères de recherche ou encore tout simplement déposer un CV en candidature spontanée. Que vous soyez animateur, cuisinier ou hôte d'accueil, rejoignez nos équipes de restauration, d'hébergement et d'animation...

➔ Médias en ligne

Pour se rapprocher encore plus de vous, et vous faire découvrir les coulisses du CCE, nous mettons à votre disposition une rubrique médias qui vous propose divers téléchargements : revue bimensuelle, reportages photos, communiqués de presse... Une rubrique qui évoluera au fil de ces prochains mois vers une présentation de nos activités via des outils multimédias tels que des reportages vidéos, des clips, des diaporamas photos...

Politique tarifaire

Des vacances pour tous, un tarif pour chacun

Grâce à la création d'une direction Programmél/Marketing ainsi que d'une direction des Achats, le prix d'achat des séjours devrait baisser. Les agents Air France en profiteront directement puisque ces réductions seront répercutées sur les tarifs. Les objectifs de Panoram@ consistent, précisément avec le même budget, à faire partir plus de vacanciers. Il s'agit donc de mieux répartir la subvention vers les revenus les plus modestes et dégager des moyens financiers permettant de diminuer le nombre de dossiers non satisfaits. Pour cela, un mécanisme a été conçu pour effectuer un calcul personnalisé au fil de l'utilisation de la subvention. C'est un logiciel qui effectue les calculs et qui établit le taux de subvention en fonction de la situation de l'agent. Les mises à jour sont effectuées chaque 1^{er} janvier.

Caractéristiques de la subvention :

1

La nouvelle subvention est unique :
subvention de base actuelle +
tarif réduit sont fusionnés.

2

L'inconvénient des paliers n'existera plus puisque entre les deux bornes 30 % au minimum et 75 % maximum, le calcul du taux de subvention se fait à l'euro près.

En effet, dans le système actuel, à un euro près, un agent pouvait changer de tarif réduit et il pouvait y avoir plus de 400 € de plus ou de moins en changeant de tranche de tarif.

3

La subvention sera de 30 % minimum à 75 % maximum, en fonction des revenus

> Pour les séjours en France

- Plus de 90 % des agents bénéficieront d'une subvention supérieure à celle d'aujourd'hui.

> Pour les séjours à l'étranger

- 100 % des agents bénéficieront d'une subvention supérieure à celle d'aujourd'hui.

Calcul de la subvention

Le taux de subvention est fonction du revenu du foyer et du nombre de parts.

Ex* : Mr & Mme Dupont avec 2 enfants

46 000 € et 3 parts = 52 % de subvention.

Ce calcul est effectué pour une année civile sur présentation de votre avis d'imposition.

* Il s'agit d'un exemple proche de la réalité mais non contractuel

AJUSTEMENT DE LA SUBVENTION LIÉ À L'UTILISATION

Afin de dégager les ressources suffisantes pour satisfaire plus d'agents qu'aujourd'hui, un ajustement de la subvention est effectué en fonction de l'utilisation sur 3 ans des séjours vacances adultes.

Calcul 1

1 - Un séjour = un coefficient

- Coefficient 0 = séjour non subventionné.
- Coefficient 1 = séjour subventionné basse saison.
- Coefficient 2 = séjour subventionné moyenne saison.
- Coefficient 3 = séjour subventionné haute saison.

2 - un séjour = un nombre de points

Chaque jour d'un séjour de l'ouvrant droit vaut 1 point multiplié par le coefficient de ce séjour.

- Ex : la famille Dupont a réservé un séjour de 14 jours à Gassin début août 2009 (à cette période, Gassin a le coefficient 3).

$$\text{Séjour} = 14 \times 3 = 42 \text{ points.}$$

3 - un nombre de points = un pourcentage

Ce nombre de points est transformé en pourcentage en le divisant par 1000, soit 42 points = 4,2 %.

Calcul 2

- La famille Dupont bénéficie d'une subvention de 52 %, soit 48 % à sa charge.

Après un premier séjour selon l'exemple ci-dessus (Gassin, début août 14 jours), lors de leur prochain séjour subventionné, un réajustement sera effectué sur la base du calcul suivant :

$$48 \times 4,2 \% = 2,02 \%$$

Pourcentage qui sera déduit du taux de subvention initial soit :

$$52 \% - 2,02 \% = 49,98 \%$$

La famille Dupont bénéficiera ainsi d'une subvention de 49,98 % applicable au prochain séjour.

Calcul 3

Par ce mécanisme, il est important de noter que l'augmentation très modérée du prix payé est croissante en fonction des ressources.

Le système s'applique sur trois années glissantes ; donc au 1^{er} janvier de la 4^e année, les "ajustements" de la 1^{ère} année disparaissent et ainsi de suite les années suivantes.

Dans l'exemple précédent, c'est au 1^{er} janvier 2013 que les ajustements 2009 seront neutralisés.

solidarité

Zanrcin, sur les bancs de l'école



Nous vous parlions, dans le numéro de septembre dernier, de l'association villageoise burkinabée "Neeb la Taaba", dont l'objectif est d'alphabétiser ceux qui ne sont jamais allés à l'école, et en parallèle, créer une véritable école. En partie financée par le CCE Air France, le projet se concrétise. La pose de la première pierre a bel et bien eu lieu le 21 octobre dernier, en présence des autorités locales, de l'association et des villageois. La cloche sonne désormais tous les jours pour les petits écoliers. De passage à Paris, Brigitte Lucien, présidente de l'association "Zanrcin", le relais en France de "Neeb la Taaba" et directrice commerciale Air France pour le Sénégal, fait un arrêt sur image de la situation actuelle et explique les futures étapes.

“ La construction de la première classe est maintenant terminée. Nous avons demandé à la commune de Boudry, dont dépend Zanrcin, l'affectation d'un instituteur pour la rentrée 2009. Mais cela implique la construction d'un logement sur place ainsi que l'équipement complet en mobilier de la classe. En attendant, l'enseignement se déroule dans le local de l'association des villageois, initialement utilisé pour des cours destinés aux adultes. Depuis février 2008, l'association procède à du rattrapage, à de la remise à niveau ainsi qu'à de l'alphabétisation des enfants qui n'ont pas eu la chance d'être scolarisés dans le cadre normal. Nos efforts ont déjà porté leurs fruits puisque des enfants de Zanrcin ont été acceptés dans une classe de CP à Boudry. Une vingtaine d'élèves, tous niveaux confondus, a ainsi réintégré le circuit. Si les enfants ratent l'entrée à l'école traditionnelle au bon âge, ils n'y sont plus acceptés. Nous avons dû négocier avec l'administration pour rendre la chose possible. Un autre aspect important de ces inscriptions réside dans le fait qu'ils sont automatiquement inscrits civilement.



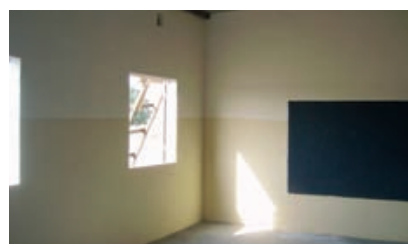
Pose de la première pierre, en octobre 2008.



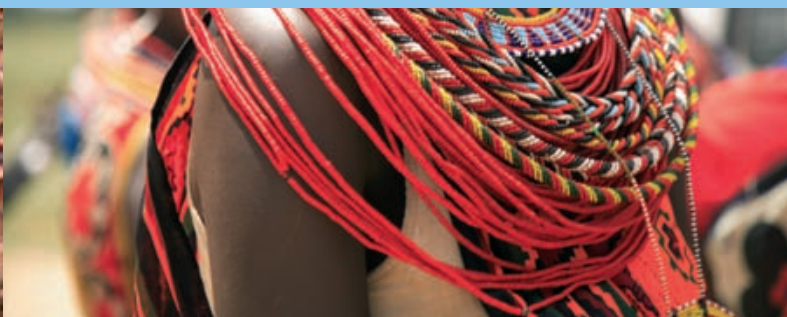
Vue de la salle de classe en janvier 2009.

La priorité reste l'éducation. Néanmoins, en parallèle nous travaillons sur un volet primordial : la nutrition et la santé. Tout d'abord l'installation de sanitaires à l'école, puis une meilleure information sur l'alimentation. Il n'y a pas de dénutrition à Zanrcin, les enfants sont élevés au «tho», un plat local, sorte de bouillie, qui est loin de combler tous les besoins nutritifs. Le riz, quand la récolte est bonne comme en 2008, n'est pas utilisé par les villageois, ils préfèrent le vendre. Nous souhaiterions donc sensibiliser les femmes sur l'importance de consommer du riz pour leurs enfants. Comme les villageois sont organisés en concessions familiales, toutes générations confondues, il suffirait de toucher au moins une femme par case pour que l'information soit diffusée...

On a trouvé au village de Zanrcin, des gens volontaires, qui désirent ardemment s'en sortir ! Ils savent nous aiguiller, prendre en main l'organisation, nommer des responsables entre eux, s'autogérer, bref se montrer responsables. Lors de la construction, afin de faire des économies, tous les villageois ont participé à la fabrication des briques. Finalement, nous n'apportons que le côté logistique. Notre objectif est qu'ils deviennent complètement autonomes.



Un tableau de chaque côté de la salle de classe a été installé afin de pouvoir enseigné à deux tranches d'âge en même temps.



Vacances 2009, un éventail de séjours en ligne

Activité

Plus que quelques semaines à patienter avant de “Choisir” votre destination, “Valider” votre séjour et “Partir” avec Panoram@ ! Début avril 2009 marque l’entrée du CCE dans une nouvelle ère, celle du numérique. Mission : faciliter les démarches des agents Air France qui partent en vacances avec le CCE Air France. Réactivité, simplicité de fonctionnement et efficacité sont au rendez-vous. Pour cela, une direction “Programme et Marketing” a été constituée. Responsable de la conception des séjours proposés dans le site Internet, de l’élaboration des programmes Vacances Adultes et Vacances Jeunes, l’équipe “Programme & Marketing” doit demain relever le défi d’anticiper les nouvelles tendances. La directrice du service, Brigitte Poignet, nous explique le fonctionnement, les enjeux et les projets.

➔ Quel est l'objectif de Panoram@ nouvelle version ?



Avec Panoram@, l'idée est de nous permettre d'être encore plus proche des agents Air France en leur proposant des séjours intéressants toute l'année. La revue et son fonctionnement marchaient très bien, mais si nous voulons pérenniser notre secteur d'activités, nous devons nous montrer novateurs, voire précurseurs, cela aussi bien dans les méthodes d'approche que dans la conception des produits. Le format web est un

média autrement plus exigeant que le format papier, il faut être réactif en permanence. Concrètement, le succès de Panoram@ nécessite la mise en place d'outils spécifiques au fonctionnement du site : l'élaboration de procédures, l'installation de nouveaux outils, leur utilisation et donc la formation des équipes.

➔ Une organisation efficace pour un service de qualité

Panoramag : comment comptez-vous capter les tendances ?

Brigitte Poignet : une fois en place, le pôle Marketing aura pour mission de répondre aux demandes en effectuant une veille afin d'anticiper les évolutions ; cela implique une acuité marquée, beaucoup de curiosité, une connaissance et une expérience à acquérir.

PM : comment vous positionnez-vous par rapport à la concurrence externe ?

BP : il est vrai que la concurrence existe, mais l'un de nos atouts réside dans le fait que le CCE a une clientèle naturelle, il est plus aisé pour les agents Air France de se tourner vers le CCE, à plus forte raison si nous améliorons notre service. Par ailleurs, la mise en place d'une direction des achats devrait permettre d'offrir des tarifs encore plus compétitifs.

PM : une partie des agents Air France n'est pas intéressée par les offres du CCE, comment allez-vous y remédier ?

BP : en procédant par ordre. Il me semble tout d'abord primordial d'effectuer des études pour mieux appréhender notre clientèle. Pour cela, des enquêtes permettront de sonder le terrain, de mieux être à l'écoute des agents Air France, savoir pourquoi ils partent ou ne partent pas avec le CCE. Est-ce que les offres répondent à leurs attentes ? Est-ce à cause d'idées préconçues ? Est-ce par méconnaissance de notre activité ? Est-ce que le système d'inscriptions un peu fastidieux était dissuasif ? Il faut que nous les interrogeons sur leurs attentes, et ainsi déterminions les segments de clientèle que nous pouvons satisfaire. Ce travail en amont permettra ensuite aux concepteurs de proposer des produits toujours mieux adaptés.

Décripage du service

Depuis la rentrée 2008, la direction Programme et Marketing, s'est constituée. Elle comprend une vingtaine de personnes et est orchestrée par Brigitte Poignet. Composée de quatre pôles : conception, marketing pricing, salle des marchés, maîtrise d'ouvrage. Cette direction a pour mission la conception, l'élaboration et la mise en ligne du programme des vacances adultes et vacances jeunes.

Conception (11 personnes)

Mission : création et valorisation des produits pour leur mise en ligne.

Marketing Pricing (5 personnes)

Mission : veille des marchés ainsi que des évolutions sociétales, des tendances, élaboration des prix, application de la subvention.

Salle des marchés (5 personnes)

Mission : alerte et régulation du trafic en ligne, suivi des commandes. Travail de back-office.

Maîtrise d'Ouvrage (2 personnes)

Mission : élaboration des procédures internes, mise en place et développement des outils et procédures, organisation des formations.

Une mosaïque de séjours toute l'année

PM : tout d'abord, que vont trouver les agents Air France à l'ouverture du site ?

BP : pour le lancement officiel de Panoram@ le 6 avril, nous avons travaillé sur le programme été, donc sur les produits disponibles en juin, juillet, août, septembre, octobre 2009. Les agents Air France retrouveront les séjours les plus prisés, précédemment proposés dans la version papier, ainsi la France et toutes ses formules : la République Dominicaine, l'Europe, l'Amérique du Nord et du Sud, l'Asie, l'île Maurice... Autrement dit, les valeurs sûres seront au rendez-vous.

PM : allez-vous continuer à proposer des séjours hiver/été ?

BP : pour l'instant, nous raisonnons encore en saisonnalité, mais cette particularité est amenée à changer. Très vite il va falloir distinguer deux actions : lancer le programme, forcément en fonction effectivement des saisons et fabriquer des produits indépendants des saisons pour une meilleure réactivité. Demain, les concepteurs devront pouvoir "créer" des produits long-temps à l'avance, "les tenir au chaud", pour les mettre à la vente quand ce sera opportun. Notre ambition de départ était de proposer des nouveautés dès l'ouverture du site : courts séjours, week-end thématiques, bref des choses difficiles à réaliser dans la revue papier.

Malheureusement les contraintes d'installation font qu'il est vraisemblable que le timing sera un peu décalé. Nous serons complètement opérationnels dans le courant 2009.

"Nous pouvons montrer plus de réactivité et d'innovation sur des courts séjours."

PM : que proposez-vous pour élargir la clientèle Air France susceptible de partir avec le CCE ?

BP : nous avons identifié les courts séjours comme l'une des pistes capable de drainer davantage de monde et peut-être toucher une population qui habituellement ne part pas avec le

CCE. Deux raisons à cela : d'une part, le constat des professionnels que beaucoup de Français ont modifié leur comportement en ce qui concerne les vacances. Ils démultiplient les courts séjours plutôt que les longues périodes de congés. La clientèle des grandes vacances demeure et nous élaborons bien évidemment des séjours adaptés ; mais nous pouvons montrer plus de réactivité et d'innovation sur des courts séjours. Une autre piste est l'augmentation de propositions pour les séjours thématiques : culture, sport, nature, bien-être, etc... Nous en proposerons davantage.

Ils existaient hier, mais noyés dans l'ensemble des produits. Panoram@, nous permettra une meilleure visibilité des offres.

PM : à partir de quand les agents Air France vont-ils accéder à ces nouveautés ?

BP : au fil du temps, mais plus sûrement à partir de fin 2009. Nous bénéficierons peut-être d'un peu plus de temps pour les concevoir. Le programme de cet été est bouclé, nous commençons maintenant la conception du programme hiver et printemps. Mais ce nouveau mode de distribution nous permet une alimentation régulière, et nous n'allons pas nous en priver !



Les vacances jeunes, au coeur du changement

PM : est-ce que les vacances jeunes continuent à fonctionner par saison ?

BP : pour l'organisation des programmes vacances Jeunes, travailler hors saison est impossible du fait des congés scolaires. Par contre notre objectif est, encore une fois, l'anticipation de la demande 1 à 2 ans, si nécessaire. Ce que nous aimerions développer, comme pour les adultes, c'est l'organisation de séjours au plus près d'événements ponctuels dans l'année. Sur nos propriétés par exemple, mieux profiter de la proximité d'événements importants et sur les séjours itinérants, on peut imaginer un séjour à New York autour du marathon ou d'Halloween... la liste est sans fin.

PM : à partir de quand les séjours vont-ils fonctionner ainsi ?

BP : dès l'été 2009 ! Nous espérons une augmentation de la fréquentation jeunes puisqu'ils bénéficieront non seulement de cette réorganisation simplifiée, mais ils auront désormais une plus grande marge de manoeuvre : ils choisiront le lieu et la thématique de leur séjour, et en un clic, ils seront immédiatement affectés.

“Sur nos propriétés, dès 4 ans, les jeunes choisissent le lieu et le thème de leur séjour, cela en un clic.”

PM : y a-t-il des nouveautés dès l'ouverture du site ?

BP : oui... L'affectation immédiate, le choix du séjour et la proposition de nombreux séjours de deux semaines. Ce format de 14 jours permet, pour les familles, une organisation plus facile de leurs vacances estivales et pour les enfants, une réticence moindre à se séparer de leurs parents. Enfin sur l'aspect technique, une optimisation attendue de l'utilisation de nos propriétés jeunes.

PM : comment Panoram@ va-t-il concilier les nouveautés et la politique pédagogique du CCE ?

BP : paradoxalement, le Web nous a offert l'opportunité d'asseoir une stratégie, une réflexion autour de la pédagogie mais aussi des tendances. Avant la réorganisation interne et le nouveau support Panoram@, vacances jeunes travaillait en flux tendu. Désormais, nous prendrons tout le recul nécessaire pour élaborer des programmes à la fois novateurs et respectueux de la politique pédagogique propre au CCE. Pour y parvenir, nous devons effectuer un travail de terrain en s'imprégnant des expériences ici et ailleurs, en participant à des colloques, en menant une réflexion permanente, en étant attentifs aux évolutions de la société.

PM : comment expliquez-vous la baisse de fréquentation de nos séjours jeunes ?

BP : la fréquentation n'augmente pas et nous observons même une baisse de fréquentation significative. Nous avons donc une image à modifier. Le travail de réflexion cité plus haut associé à un outil plus réactif tel le web vont nous y aider. C'est pour cela que le programme de l'été 2009 a été conçu pour accueillir plus d'enfants qu'en 2008.



UNE MÉDIATHÈQUE SUR LES PISTES

➔ À quelques mois de fêter le premier anniversaire de son inauguration à Roissy, le Centre Maintenance Hub (CMH) fonctionne à plein régime. Air France Industries fait incontestablement face aux flux du trafic aérien, quelle que soit la cadence. Pas moins de 9 689 agents se tiennent ainsi sur le qui-vive, concentrés, à l'affût de la moindre faille. Des agents, travaillant fréquemment en horaires décalés, pour lesquels l'accès aux mêmes prestations culturelles que les autres CE est plus difficile. Une situation à laquelle Jean-Pierre Perrot, secrétaire du CE Direction Générale Industrielle (DGI) a remédié, en créant une 6^e médiathèque. Depuis, ce véritable lieu d'échanges et de culture ne cesse de se développer.

Panoramag : vous lanciez, il y a un an, la médiathèque du CMH, qu'en est-il aujourd'hui ?

Jean-Pierre Perrot : avant l'ouverture de la médiathèque du CMH, une permanence d'une demi-journée deux fois par semaine existait, mais elle s'est rapidement avérée insuffisante. Depuis de nombreuses années, l'ouverture d'une réelle antenne du CE pour les agents de piste était très attendue. Ces derniers sont maintenant heureux de pouvoir bénéficier de toutes les activités du CE à proximité de leur lieu de travail. L'amplitude des heures d'ouverture leur permet désormais de s'y rendre pendant leur déjeuner, mais aussi avant ou après leur vacation du matin et du soir. La fréquentation témoigne du succès avec un nombre croissant des emprunts ! Pour vous donner une idée, nous comptons plus de 700 emprunts par mois, tous supports confondus.

PM : en quoi votre médiathèque est-elle originale ?

JPP : la médiathèque dispose de plusieurs cordes à son arc. À commencer par des services socioculturels étendus tels billetterie, (vacances familiales et jeunes), animations (exemple, Arbre de Noël) et elle dispose même d'une boutique ! Autre atout non moins négligeable : un accueil personnalisé des agents. Grâce à sa petite structure, les besoins de chacun sont de fait pris en compte. Ici, on prend le temps de discuter du dernier James Bond ou du dernier Kundera. Enfin, le fait d'être situé en zone publique permet aux agents de venir accompagné, si besoin.

La médiathèque du CMH en chiffres

> 4 618 supports dont 2084 livres et BD

- 1611 CD
- 603 DVD
- 320 CD-ROM

Horaires d'ouverture : tous les jours de 10 h à 17 h (sauf week-ends).



Elise et Virginie sont les deux agents de loisirs qui accueillent les agents Air France du CMH.



C'est essentiellement à l'heure du déjeuner que les agents Air France viennent emprunter les dernières nouveautés CD ou DVD.



ALITALIA, LA MESSA È FINITA ?

A

près plusieurs mois de tergiversations et rumeurs contradictoires, c'est bien le Groupe Air France-KLM qui a été choisi par la nouvelle Alitalia comme partenaire industriel stratégique. Il s'agit sans doute d'une bonne nouvelle, car cela devrait permettre à Air France de conserver ses positions sur le marché italien, mais il est fort à craindre que les ennuis ne fassent que commencer ...

■ LES CONTOURS DE L'ACCORD

Libérée par la grâce de l'Etat italien et de la Commission européenne de ses anciennes dettes, fusionnée avec son principal compétiteur du marché domestique, Air One, disposant par cette intégration, d'une capacité bienvenue à renouveler sa flotte vieillissante à moindres coûts, Alitalia cumule de nombreux atouts pour réussir son renouveau.

Dotée d'un capital d'un milliard d'euros, le plan de redressement du nouveau management prévoit un retour à l'équilibre dès 2010 et ce, malgré la crise actuelle du secteur. Le temps pris pour monter le dossier a eu au moins cela de bon : sa finalisation est intervenue après le début des difficultés et la nouvelle compagnie a pu cibler précisément les activités qu'elle voulait ou pouvait faire perdurer, ne se dotant que des actifs nécessaires à ces dernières. Parallèlement, la question éminemment politique concernant le choix du futur hub, Milan ou Rome, a subtilement été retournée dans le camp du gouver-

nement italien. A lui de décider si l'aéroport de Milan-Linate doit ou non fermer (en fait, être limité à la navette Milan-Rome), toutes les parties prenantes s'accordant sur le fait que la coexistence des deux plates-formes de Milan serait intenable économiquement pour Alitalia. Pendant ce temps, le programme "été" a été construit au départ de Rome.

Les conditions d'entrée d'Air France-KLM dans le capital de la compagnie transalpine sont désormais connues. Pour 323 M €, Air France-KLM acquiert 25 % de l'ensemble et devient le premier actionnaire, minoritaire certes, mais stratégique (le second en importance ne détient que 10 % du capital) et seul professionnel du secteur dans le tour de table. Les modes de gouvernance, les conditions de sorties et les engagements réciproques dans le domaine industriel ont été déterminés de façon très précises et limitent drastiquement les risques économiques et financiers pour le groupe franco-néerlandais.

PRINCIPAUX AXES DU PROJET INDUSTRIEL

- Développement des liaisons France/Italie et Pays-Bas/Italie avec partage du profit "incrémentable" (celui créé par le partenariat lui-même et non pas celui préexistant à l'accord).
- Alimentation des hubs avec développement des ventes croisées et mise en place d'un système de super commission et de bonus en cas de sur-performance.
- Transfert des savoir-faire d'Air France-KLM en matière de revenue management et revenue integrity.
- Optimisation des GSA (AF-KLM serait agent général des ventes sur les marchés où Alitalia n'est pas présente par exemple).
- AF-KLM commercialisera les capacités en soute des avions passagers d'Alitalia, celle-ci ayant abandonné toute l'activité "total freighter".



■ LES POINTS NOIRS

La reconquête du marché italien ne s'annonce pourtant pas si aisée. Les parts de marché perdues par Alitalia depuis 2005 sont particulièrement colossales, et la fusion avec Air One ne fait «que» permettre à la nouvelle compagnie de retrouver les niveaux d'il y a 5 ans (voir figure 1). D'une part, Alitalia bénéficie d'une bonne image de marque auprès des clients «affaires» et dispose de positions fortes dans certains aéroports italiens, dont Milan-Linate et Rome-Fiumicino. L'intégration d'Air One, qui comportait de nombreuses routes communes, permettra un redressement des coefficients de remplissage. Mais d'autre part, les cinq dernières années ont permis à d'autres concurrents de se développer et de s'installer sur le marché italien. C'est notamment le cas d'EasyJet à Milan-Malpensa et de Lufthansa qui pourront créer de sérieux problèmes à Alitalia. N'oublions pas non plus le développement actuel du TGV italien qui vient d'être lancé entre Milan et Bologne.

Mais le problème crucial d'Alitalia renvoie au domaine social. Sa "renaissance" s'est effectuée parallèlement à un énorme gâchis humain. Non seulement les suppressions de postes se chiffrent en plusieurs milliers, mais les conditions d'intégration des personnels à la nouvelle entité sont très spéci-

fiques : tous les salariés ont été licenciés par l'administrateur judiciaire de l'ancienne Alitalia et la nouvelle compagnie a réembauché ceux qu'elle a voulu à de nouvelles conditions, notamment de rémunération, bien inférieures à celles prévalant dans la compagnie d'origine (on parle de salaires inférieurs de 10 à 30 % !). De plus, si les salariés italiens vont pouvoir bénéficier du système dit de "mobilita" leur garantissant 80 % de leur ancien salaire pendant sept ans (ou jusqu'à retour à l'emploi), ce n'est pas le cas des personnels locaux présents à travers le monde, qui se retrouvent dans de nombreux pays avec des conditions minimales de départ, puisque l'ancienne Alitalia était en redressement judiciaire.

La session s'est longuement attardée sur ces aspects du partenariat. Uniquement informée à ce stade, puisque le financement de l'opération s'effectue au travers la holding Air France-KLM, l'unanimité des élus a demandé à Air France d'assumer ses responsabilités envers le personnel d'Alitalia France. Lorsqu'ils seront consultés, au moment de la mise en oeuvre opérationnelle du partenariat industriel, les représentants du personnel auront d'autant plus la possibilité de réaffirmer cette exigence.

MARCHÉ DOMESTIQUE ITALIEN RÉPARTITION DES PARTS DE MARCHÉ SUR UNE SEMAINE-TYPE DE JANVIER

	2009	2008	2007	2006	2005
Alitalia	29,30%	38,40%	41,50%	45,40%	52%
Air One	22%	20,50%	19,80%	18,40%	21,40%
Meridiana	14,30%	13,70%	12%	15,50%	14,70%
Wind Jet	10%	9,80%	8,70%	6%	6,60%
Easy Jet	8%	3,80%	1,70%	-	-
Ryan Air	7,80%	3,80%	2,20%	-	-
Other	8,50%	10%	14,10%	14,70%	5,30%

LIAISONS ITALIE/EUROPE RÉPARTITION DES PARTS DE MARCHÉ SUR UNE SEMAINE-TYPE DE JANVIER

	2009	2008	2004	2000
Alitalia	17,40%	22,60%	32,10%	39,40%
Ryan Air	17%	16,10%	11%	1,90%
Easy Jet	7,70%	5,80%	2%	-
Air One	6,20%	5,30%	3,80%	2,30%
Meridiana	5%	4,60%	7,10%	5,90%
Air France	3,80%	3,50%	4,70%	4,80%
Lufthansa	3,70%	3,30%	5,10%	5,90%
British Airways	3,40%	2,70%	4,90%	6,80%
Other	35,80%	36,10%	29,30%	33%

LES CHIFFRES CLÉS DES ALLIANCES

Star Alliance

21 compagnies et 3 alliances

Air Canada, Air China, Air New Zealand, ANA, Asiana Airlines, Austrian, BMI, Egyptair, LOT, Polish Airlines, Lufthansa, Scandinavian Airlines, Shanghai Airlines, Singapore Airlines, Spanair, South African Airways, SWISS, TAP Portugal, Thai, Turkish Airlines, United, US Airways.

Régionales : Adria Airways, Bluet, Croatia Airlines.

- CA (2008) > 141 milliards de dollars.
- 499 millions de passagers.
- 959 destinations.
- 900,24 millions de passagers transportés par kilomètre.

Sky Team

11 compagnies et 3 associées

Aéroflot, Aeromexico, Air France, Alitalia, China Southwest, Continental, Czech Airlines, Delta, KLM, Korean, NWA.

Associées : Air Europa, Copa Airlines, Kenya Airways.

- CA (2007) > 113 milliards de dollars.
- 462 millions de passagers.
- 905 destinations.
- 910 millions de passagers transportés par kilomètre.

One World

10 compagnies

American Airlines, British Airways, Cathay, Finnair, Iberia, Japan Airlines, LAN, Malev, Qantas, Royal Jordanian.

- CA (2007) > 98 milliards de dollars.
- 318 millions de passagers.
- 645 destinations.
- 729 millions de passagers transportés par kilomètre.



RÉSULTATS AIR FRANCE : DES PERSPECTIVES DIFFICILES

Air France

D

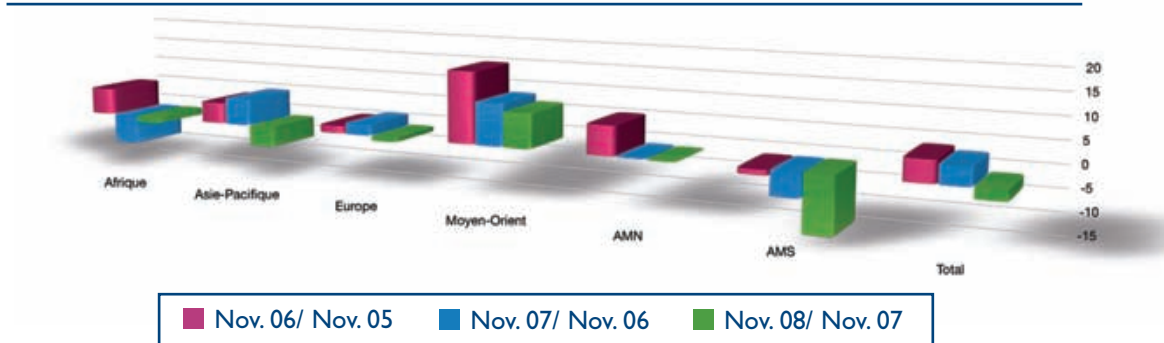
ans un contexte qui ne cesse de se dégrader, Air France a publié, pour le premier semestre de l'exercice IATA, des résultats encore satisfaisants. Seront-ils suffisants pour éviter des pertes importantes en avril 2009 ? La question reste toujours posée, d'autant plus que le résultat d'exploitation du troisième trimestre accuse une perte d'environ 200 M€.

UNE CROISSANCE MONDIALE EN BAISSE

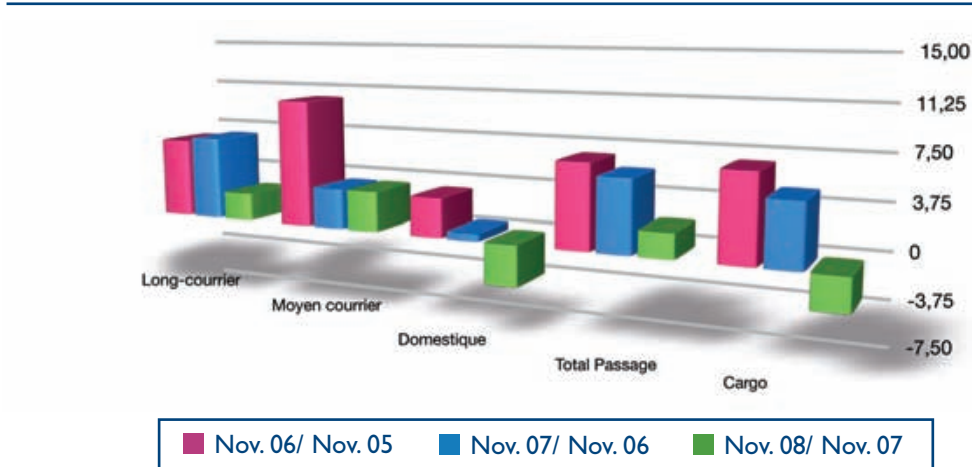
Le transport aérien dans son ensemble subit actuellement les conséquences de la crise économique mondiale qui a débuté durant l'été. Le premier semestre de la saison IATA n'est encore que partiellement touché, mais les statistiques des onze premiers mois de l'année (janvier/novembre) sont déjà symptomatiques d'un affaiblissement de la demande : 2,2 % de croissance globale contre 7,5 % l'an passé, et un essoufflement marqué de la zone Asie-Pacifique qui avait tiré les trafics vers le haut depuis au moins trois ans (-0,8 % contre 7,4 %). Mois après mois, la croissance ralentit, voire devient négative dans certaines zones. Ainsi, en novembre 2008 par rapport à novembre 2007, les trafics passagers des compagnies IATA étaient en baisse pour l'Afrique (-1,6 %), l'Asie-Pacifique (-9,7 %), l'Europe (-3,4 %) et l'Amérique du Nord (-4,8 %) (cf graphique 1).

Les trafics fret sont, eux, en baisse entre 2007 et 2008 (-2,2 % sur l'ensemble IATA) avec une zone Asie-Pacifique à -4,7 %. Une telle ampleur à la baisse est inconnue des statistiques (voir graphique 2).

EVOLUTION DU TRAFIC PASSAGERS SUR LES 11 PREMIERS MOIS DE L'ANNÉE (GRAPHIQUE 1)



EVOLUTION DU TRAFIC FRET SUR LES 11 PREMIERS MOIS DE L'ANNÉE (GRAPHIQUE 2)



QUELS RESULTATS POUR AIR FRANCE ?

L'activité d'Air France au premier semestre de son exercice 2008-2009 ne fait pas exception. Si le premier trimestre est resté relativement dynamique, le deuxième enregistre un net ralentissement. Les coefficients de remplissage se dégradent sur l'ensemble des faisceaux, le moyen-courrier étant celui où la baisse est la plus modérée.

La recette unitaire continue de progresser, mais au contraire des années antérieures, cette évolution n'est plus tirée par les classes "avant". C'est la recette unitaire de la classe économique qui augmente de 5 %, traduisant la recherche d'économies de la part de la clientèle affaires de la Compagnie.

De plus, la part des surcharges carburant dans l'évolution de la recette est encore patente au premier semestre. Cette composante s'est déjà nettement amenuisée à l'automne, au gré des retraits annoncés des surcharges.

Ceci étant, les trafics de la Compagnie résistent plutôt bien, compte tenu de la crise actuelle. Seul le domestique est en baisse prononcée. Les compagnies low costs bénéficient parallèlement de la recherche, par les passagers, des tarifs les plus bas.

LE CARGO

La baisse des taux de remplissage est encore plus marquée pour ce premier semestre (-2,2 points). Le Cargo subit les effets de la crise économique depuis encore plus longtemps que le passage, ainsi que les effets de la concurrence du maritime. Le ralentissement en Asie lui est particulièrement défavorable. Sur la période écoulée, la recette unitaire résiste, mais, là encore, il s'agit d'un effet d'optique dû aux surcharges carburant, qui ont représenté un tiers du chiffre d'affaires transport au deuxième trimestre. Le retrait des surcharges risque d'être particulièrement difficile pour cette activité.

LA MAINTENANCE

Elle a été défavorisée par l'évolution de la parité euro/dollar. Hors cet effet de change, l'activité tiers aurait progressé de 7 % en lieu et place d'une baisse de 4 %.

PERSPECTIVES

Dans ce contexte d'activité plus que morose, le renchérissement du prix du carburant par rapport au premier semestre 2007, est venu directement peser sur les résultats. Le résultat d'exploitation semestriel est divisé par plus de deux, à 245 M€ (cf graphique 3). Ce résultat replace Air France au niveau de l'exercice 2004-2005, qu'elle avait terminé néanmoins en positif. Mais à cette époque, la crise avait porté principalement au premier trimestre (crise du SARS). Aujourd'hui, aucune amélioration n'est en vue pour cette seconde partie de l'exercice. Non seulement la

crise économique devrait s'amplifier, mais le reflux du prix du pétrole ne bénéficiera pas aux compagnies, qui, comme Air France, ont souscrit d'importantes couvertures. Ce système "d'assurance" devrait globalement être positif pour le Groupe, sur l'ensemble de la période de souscription. Mais s'il a permis d'importants gains jusqu'à la mi-2008, les pertes seront non négligeables d'ici à 2011. D'ores et déjà, le Groupe vient d'informer les marchés que son résultat d'exploitation du troisième trimestre (oct.-déc.) serait négatif d'environ 200 M€.

CHIFFRE D'AFFAIRES SEMESTRIEL DU GROUPE AIR FRANCE (GRAPHIQUE 3)



LES ATOUTS DU GROUPE AF/KLM

Air France-KLM dispose de réels atouts pour résister à cette période troublée. Il s'agit premièrement de l'équilibre de son réseau, qui bénéficie pour certains faisceaux d'un positionnement commercial particulièrement solide (Amérique du Sud et surtout Afrique). Ses réserves financières, alliées à une flotte jeune, conséquence d'une politique d'investissements active sur les dernières années, permettent au Groupe de "voir venir" et de limiter ses investissements actuels pour limiter les coûts. Enfin, les niveaux de qualification et de motivation de son

personnel demeurent des éléments centraux de résistance.

Tout dépendra à la fois de la durée de la crise, c'est une évidence, mais aussi de la capacité de la Direction du Groupe à résister aux réflexes conformistes du modèle libéral pour lequel tailler dans les effectifs représente l'alpha et l'omega de la réussite économique. A l'heure où justement, ce modèle est de plus en plus fortement remis en cause, il serait dommageable qu'Air France commence maintenant à y souscrire.

LA CRISE : QUELLES CONSÉQUENCES SUR LA FORMATION

Air France



La conjoncture économique va impacter la fonction formation. Cet impact n'est pas unilatéral. Si d'un côté la fonction formation doit rationaliser son offre pour réduire ses coûts ; d'un autre côté elle doit budgétiser un nombre d'heures de formation suffisant pour accompagner la mobilité au sein de la Compagnie.

■ BILAN DE LA FORMATION 07/08

En 2007/2008, 50 000 stagiaires ont été interviewés pour connaître leur opinion sur les formations qu'ils ont suivies. 6% des stages sont ainsi ressortis en "alerte", l'alerte étant déclenchée lorsque le taux de satisfaction est inférieur à 80 %. Ce type de sondage, réalisé mensuellement, permet rapidement de "rectifier le tir" lorsqu'une formation ne correspond pas aux besoins.

6 % de stages en alerte sur l'exercice 07/08, cela signifie que 94 % de stagiaires sont satisfaits ou très satisfaits par leur stage de formation. Le résultat est plus qu'honorable mais doit cependant être relativisé. Les sondages de satisfaction "à chaud" doivent en effet être complétés par une évaluation "à froid", 6 mois après le stage. Pour l'heure, cette évaluation reste difficile à mener. Elle repose essentiellement sur les acteurs métiers qui ont souvent d'autres priorités. Il peut également s'avérer difficile de mesurer la contribution d'une formation dans l'acquisition de nouvelles compétences. Cependant cette démarche confère à la formation un véritable statut d'investissement rentable lorsque le lien entre formation et réduction des coûts ou augmentation du chiffre d'affaires, au niveau de l'exploitation sol et vol, peut être établi.

SYNTHÈSE DES RÉALISATIONS 2007-2008

	Réalisé 2006/2007	Prévu	Plan	DIF	Réalisé 2007/2007	Réalisé/ Prévu	Agents formés 2007/2008
PS	1 639 440	1 707 963	1 556 178	71 603	1 627 781	95,30%	37 650
PNC	600 915	667 092	731 591	7 296	738 887	110,80%	15 039
PNT	759 675	974 302	1 058 967	1 477	1 060 444	108,80%	4 287
TOTAL	3 000 000	3 349 357	3 346 736	80 376	3 427 112	104,90%	56 976

Par rapport à l'exercice 2006/2007, on observe une progression de 14 % du volume d'heures de formation, essentiellement dû aux personnels navigants (PNT +39 %, PNC +23 %, PS +1 %, personnel local -12 %).

Le taux d'accès à la formation* est de 90 % pour le personnel au sol, 100 % pour le personnel navigant. Le personnel au sol a bénéficié en moyenne de 5.7 jours de formation, les PNC de 6.6 jours et les PNT de 19.4 jours.

Depuis la création du DIF en 2005, 10 % des agents de la Compagnie ont suivi une formation dans ce cadre. Il s'agit essentiellement de formations linguistiques et bureautiques. Bien que la prise de DIF reste très faible au regard des droits accumulés (autant d'heures qu'un plan de formation), son nombre d'heures a doublé entre 06-07 et 07-08.

* Nombre d'agents ayant reçu au moins une formation au cours de l'exercice par rapport à l'effectif global

	Années 2005/2006	Années 2006/2007	Années 2007/2008
Conso totale	7 861 h	35 410 h	80 376 h
PS/PPE	5 794 h	27 808 h	71 603 h
PNC	2 067 h	7 044 h	7 296 h
PNT	0	558h	1 477h

■ BILAN 2008/2009 À MI-PARCOURS ET ORIENTATIONS POUR L'EXERCICE 2009/2010

543 390 heures de formation sur les 1 537 280 heures prévues ont été dispensées (-1 % par rapport au prévisionnel 2007-2008). L'avancement est variable d'une direction à l'autre (de 20 à 46 %), sans que cela soit significatif : il semble en effet que certaines prévisions aient été surévaluées. Cette réalisation est légèrement inférieure (5 %) à celle constatée l'an passé pour la même période. Au cours des 6 premiers mois de l'année, 7 % des formations ont été réalisés en e-learning (26 000 heures). Ce taux devrait augmenter jusqu'à 10 % l'année prochaine. La rationalisation du catalogue de formation consiste en effet à réduire les temps d'immobilisation des stagiaires en mixant à bon escient formation en "présentiel" et e-learning.

Dans un contexte de crise, les orientations stratégiques de l'exercice 2009-2010 demeurent sensiblement les mêmes que l'année précédente. Quatre axes se dégagent :

- > La qualité de service, accompagner le rapprochement AF-KL, accompagner les projets de la Compagnie, devenir exemplaire en matière de développement durable.

■ DES INCERTITUDES QUANT AU PLAN DE FORMATION 2009-2010

La construction du plan de l'exercice 2009-2010 rencontrera des difficultés diverses : les incertitudes liées au contexte économique, les négociations en cours au niveau national sur la catégorisation du plan, le CIF, le DIF. Il faudra également prendre en compte l'accord interne d'entreprise signé en juillet 2008 sur la formation professionnelle. Rappelons que celui-ci vise à donner une meilleure visibilité aux managers et aux salariés sur la réglementation et les dispositifs en matière de formation, renforcer l'accompagnement des salariés, sécuriser les parcours professionnels des publics prioritaires et renforcer le suivi qualitatif de la formation.

LES CARS AIR FRANCE



Air France est inscrite depuis plusieurs années dans un processus de désengagement progressif de l'activité des cars qui permet aux passagers de se rendre sur les deux plates-formes parisiennes d'Orly et de Roissy au départ de différents points de Paris.

■ UN REcul PROGRESSIF MAIS CERTAIN

- En 2004, Air France a sous-traité deux lignes sur les quatre que comptait le réseau à une filiale de Kéolis, Aerolignes.
 - En 2007, il a été décidé la création d'une filiale commune Air France-Kéolis, afin d'exploiter une cinquième ligne de cars, filiale dénommée Aérolis.
- La Direction de la Compagnie a garanti l'emploi des chauffeurs Air France jusqu'à leur départ en retraite. Au fur et à mesure de ces départs, l'activité des lignes exploitées par Air France est censée s'amenuiser au profit de la montée en puissance des lignes Aérolis. A l'origine, Aérolis ne devait exploiter que la ligne 5 du réseau.
- En septembre 2008, Kéolis a demandé à Air France qu'Aérolis puisse reprendre l'exploitation des lignes 3 et 4 sous-traitées à Aerolignes. L'activité d'Aerolignes a ainsi basculé sur Aérolis.

QUELLE GOUVERNANCE POUR LA FILIALE ?

Aérolis est actuellement détenue à 50,1 % par Air France et à 49,9 % par Kéolis. Air France en assure la présidence générale et Kéolis la direction générale et opérationnelle. Compte tenu de la répartition du capital, c'est Air France qui intègre globalement dans ses comptes consolidés les résultats de la filiale (100 % des comptes de cette dernière).

Kéolis considérant qu'Aérolis fait partie de son cœur de métier, souhaite augmenter sa part de 0,2 % afin de pouvoir, à la place d'Air France, intégrer globalement la filiale dans ses comptes.

Cette opération n'a qu'une influence marginale sur les résultats du Groupe Air France, qui continuerait à consolider la filiale mais par mise en équivalence, à savoir à hauteur du pourcentage de détention (49,9 %). En revanche, cela n'aurait aucun impact sur la gouvernance de la filiale.

LES AVIS S'OPPOSENT

Cette opération capitalistique bénigne a permis à la commission de réaffirmer son opposition à la volonté

de la Direction de se désengager de l'activité des Cars Air France. Du point de vue de la Direction de la Compagnie, les cars sont une activité qui ne fait pas partie de son cœur de métier et qu'elle a toujours eue du mal à rentabiliser. Il vaut donc mieux la sous-traiter à un professionnel.

Pour les représentants du personnel, les cars font partie intégrante de l'activité de la Compagnie et s'inscrivent dans la continuité de la chaîne de service rendu aux passagers. Il est en effet difficile d'imaginer des passagers dans des avions sans que ceux-ci aient été en mesure de rejoindre la plate-forme aéroportuaire. De plus, pour les passagers, les cars Air France sont bien identifiés comme un service de la Compagnie. La qualité de leur voyage s'apprécie globalement, en incluant la phase "d'approche" de l'aéroport.

Cette opposition fondamentale dans l'analyse d'une activité entre logique de rentabilité et logique de service semble irréductible concernant les Cars Air France. La session a ainsi émis un avis négatif unanime sur ce sujet, afin de marquer son désaccord toujours vif avec la stratégie de désengagement de cette activité menée par la Direction de la Compagnie.



TRAVAILLER PLUS POUR GAGNER QUOI ? La mise en place d'un CET (Compte Epargne Temps) pour la catégorie des PNC renvoie à un engagement pris par la Direction dans le cadre de la négociation de l'accord collectif de cette catégorie de personnels au début de l'année 2008. Rappelons qu'un CET existe pour le personnel au sol depuis 2000.

■ DES DIFFÉRENCES IMPORTANTES ENTRE LES DEUX SYSTÈMES

- L'alimentation du CET diffère dans les deux cas, personnels au sol et PNC, en niveau et en structure (voir tableau page suivante).
- Alors que le CET du sol n'est pas monétisable*, le CET du PNC l'est entièrement. Le temps épargné sur le CET est converti sur la base des taux de salaires horaires (sur la base du SGMM).
- La valorisation des temps versés dans le CET, convertis en argent pour le PNC, s'effectue par application du taux du livret A (actuellement à 4 % mais qui devrait être revu nettement à la baisse en 2009**). Pour le personnel au sol, cette valorisation s'effectue uniquement par le biais des augmentations salariales perçues par le salarié concerné, entre le moment où il épargne ses jours et le moment où il les utilise.

* Mise à part la possibilité d'alimentation du PERCO, voir Panoramag n° 6.

** La fixation du taux d'intérêt du Livret A, actualisée tous les semestres, résulte d'un calcul automatique. Il correspond à la moyenne entre le chiffre de l'inflation (hors tabac) et celui des taux d'intérêt à court terme (Euribor 3 mois) majorée de 0,25 point.

DES DIFFÉRENCES IMPORTANTES ENTRE LES DEUX SYSTÈMES

	PERSONNEL SOL	PERSONNEL SOL
NOMBRE DE JOPURS MAXIMUM “ÉPARGANBLES”	22	13
DONT		
	CONGÉS PAYÉS	CONGÉS PAYÉS
	5	DE 1 À 10 SELON LA FOR- MULE DE CP À LAQUELLE LE PNC A ADHÉRÉ*
	RTT	RAD **
	50 % DES JOURS RTT ACQUIS	72 HEURES
	JOURS D’AN- CIENNETÉ	
	2	
	HEURES SUP. PAYABLES	
	100 %	

*Les formules F1, F2 et F3 correspondent à des étalements différents de congés en fonction des périodes de haute et de basse activité.
**RAD : repos additionnels

■ LA PERTINENCE DES DISPOSITIFS DE COMPTE D’ÉPARGNE-TEMPS EST À INTERROGER EN CES PÉRIODES D’ACTIVITÉ DÉCLINANTE.

Dans l’aérien, ils peuvent en effet être utilisés comme outil d’accompagnement à la saisonnalité de l’activité. Il est ainsi prévu dans l’accord que, si l’entreprise a besoin de plus de main-d’oeuvre, elle pourra proposer aux PNC de ne pas prendre une partie de ses congés afférents à une saison IATA donnée. Cela ne peut se faire qu’avec l’accord du PNC, qui pourra soit reporter ses congés à la saison suivante, soit les placer dans le CET. A contrario, en situation de sous-effectifs, l’entreprise peut décider unilatéralement de limiter ou interdire tout versement dans le CET. La situation de sureffectifs sera appréciée par une série d’indicateurs (mais lesquels ?) transmis aux organisations syndicales.

■ MÊME AMBIGUÏTÉ CONCERNANT LES ENJEUX DE PÉNIBILITÉ ET DE DÉPART EN RETRAITE.

Compte tenu des débats en cours sur l’âge de départ en retraite des PNC et la pénibilité de leur activité, il peut sembler contradictoire que les congés payés puissent alimenter le CET. Même interrogation concernant les repos additionnels, qui sont véritablement des temps de récupération. Ces derniers ne peuvent cependant alimenter le CET qu’à concurrence de trois jours par an.
Enfin, le fait de monétiser les temps placés dans le CET rend très complexe les modalités de sortie du CET (c’est à dire son utilisation).

Pas cher
et sur mesure,
le nouveau contrat
AUTO PASS de Marc a tout
pour être compétitif



Renseignez-vous au 0 820 809 809 (0,12 € TTC/mn), dans votre agence GMF ou sur www.gmf.fr

Assurément gagnant avec la GMF



> **Arbre de Noël 2008**

Gleckika wianachta*

Alors qu'à Paris, le Père Noël déposait son attelage au Bourget, en province, chaque antenne organisait cette fête à sa manière. Au total ce sont plus de 17 500 jouets qui ont été distribués dans toute la France.

Spectacle, chants, danses, goûters... tous les enfants "Air France" ont eu leur Arbre de Noël.

Les petits strasbourgeois ont bravé le froid pour la douceur des Noëls alsaciens. Photos : CE Strasbourg

* Joyeux Noël en Alsacien



(NOUS RAPPROCHER ENCORE PLUS DE VOUS)

Panoramag N°7 - 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.