



cce.airfrance.fr

panorama **MAG**



Le CCE se dévoile

Catalogue jouets
2009...On line



Dossier éco

Une période
à hauts risques



Le CCE s'engage

Démarches
pédagogiques



Entre vous et nous

- p.4 Un autre regard
- p.5 Les infos du Bureau
Les news du CCE
- p.6-8 Le CCE s'engage
Démarches pédagogiques
La défense des valeurs
- p.9 Solidarité
"Prête-moi ta gomme"
- p.10-12 Le CCE se dévoile
Catalogue JOUETS 2009
Un père Noël "on line"
- p.13-15 Panoram@
Un rôle social renforcé

Economie

- p.16-21 Le dossier
Une période à hauts risques
- p.22-25 La session
• La DGSI en combinaison
- p.26 Repères
• Concordia

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

Se moderniser pour survivre

La crise s'installe et entraîne chaque jour son lot de faillites et fermetures d'entreprises.

Quelquefois s'ajoute à cela la gestion aventureuse ou la prise d'intérêts de patrons peu délicats. La colère des salariés est alors justifiée, quand l'arrogance et le mensonge dominent en lieu et place du dialogue et la négociation.

Cette crise frappe évidemment le transport aérien, souvent en première ligne quand surviennent des récessions dans les économies du monde.

Air France n'échappe pas à ce marasme. Les résultats de l'entreprise et du Groupe ne sont pas bons. La Direction a donc lancé la phase 2 de son plan d'adaptation à la crise. Certes ce plan reste dans des domaines où les salariés ne voient pas leur emploi menacé, mais les mesures prennent des allures de plus en plus contraignantes. Un mal pour un bien ? Peut être ...

Ce faisant, les mesures concernant les compteurs d'heures, les RTT, les congés doivent être en prise avec la réalité de chaque secteur. La solidarité nécessaire de toute l'entreprise, doit aussi respecter les spécificités de chacun. Pour qu'elle soit acceptée une mesure doit être comprise !

Pendant que l'entreprise s'adapte pour traverser la crise et rester prête pour le jour où... le CCE, lui, avance vers son projet de modernisation pour sa survie.

Après seulement une année de travail acharné, les équipes du CCE aidée par deux sociétés spécialisées et les équipes de l'informatique d'Air France ont lancé le site de réservation en ligne PANORAM@.

Plusieurs bogues et une frénésie compréhensible, tant l'attente était grande, ont plongé de nombreux collègues dans des difficultés et angoisses pour leurs vacances ou celles de leurs enfants. Nous comprenons ces frustrations et nous nous en excusons, mais il faut dire qu'un mois après son ouverture, ce site «monumental d'un point de vue technique» selon les dires des spécialistes de l'informatique d'Air France, est tout à fait opérationnel et efficace.

Dans ce numéro, vous trouverez une photographie des commandes désormais fermes. Mais ce qu'il faut savoir c'est qu'il reste des places, à la mer, à la montagne, sur la côte ouest, sur la côte d'azur, à l'étranger...

Cette année, tous ceux qui veulent partir avec le CCE peuvent le faire et à des tarifs subventionnés... Peut-être que le séjour très précis que vous auriez voulu n'est plus disponible mais d'autres, comparables, le sont à coup sûr. Par rapport à l'ancien système, c'est une avancée très importante.

Un autre regard



"Head, nose, ears, mouth, clothes, colors"... apprentissage de notions basiques pour s'initier à l'anglais, en douceur.



Mios : do you speak english ?

La langue de Shakespeare a bercé les vacances de Pâques d'une trentaine d'enfants âgés de 6 à 8 ans partis en séjour linguistique au village vacances de Mios, du 18 au 25 avril dernier. L'objectif de la semaine ? Mettre à la sauce anglaise les différentes activités proposées pendant le séjour. Une façon ludique de s'initier à une langue étrangère et les enfants se sont prêtés au jeu avec curiosité et ont découvert le charme de certaines pratiques «so british» !



Installation réussie pour les filles...



...et les garçons. "Welcome to Mios!"



Une petite veillée de "hockey floor cloth" pour se mettre en jambes.



Jeu de rallye pour renforcer les liens. "Let's have fun !"



Oxygéner les sens avec une visite à la "sand dune" du Pyla. "Beautiful"

Petite enfance

Un financement transparent

Les financements de la Petite enfance sont nés de l'accord ACOSS, signé en décembre 2001, entre l'entreprise et les organisations syndicales.

Chaque année, 2,8 millions d'euros sont utilisés et répartis de la façon suivante :

- 2,16 millions d'euros versés directement aux familles dans le cadre de l'allocation de garde d'enfants ;
- 640 000 euros pour mener des actions en direction de la Petite enfance.

Confiée au Comité Central d'Entreprise, cette dernière somme (640 000 euros) est exclusivement consacrée à la garde et à l'accueil des jeunes enfants (de 0 à 3 ans révolus) des agents Air France travaillant en horaires décalés.

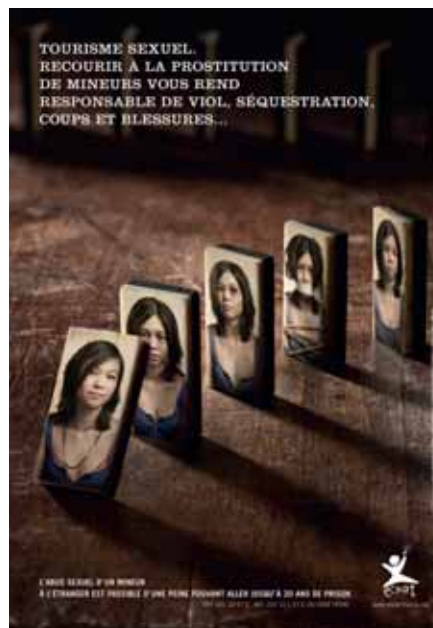
C'est ainsi que le CCE a pu assurer différentes réalisations :

- La création en 2007, au CCE, d'un service Petite enfance, en charge de la centralisation de toutes les actions relatives à cette activité.
- Les accords passés avec 7 associations ont permis la réservation de 129 berceaux répartis entre Roissy, Montreuil, Lyon, Toulouse et Orly (Pointe-à-Pitre en cours de finalisation).

Il y a quelques semaines, l'une de ces associations a rompu le contrat qu'elle avait avec les parents. Le CCE met tout en œuvre afin de trouver des solutions pour aider les familles concernées.

Tourisme

Protection de l'enfance !



Depuis avril, l'association ECPAT diffuse une nouvelle campagne d'information qui s'attaque à trois aspects de l'exploitation sexuelle des enfants : le tourisme sexuel, la prostitution de mineurs en France et la cyber pornographie infantile. Cette campagne choc insiste sur la responsabilité portée par le client dans la chaîne des violences subies

par les jeunes ainsi que sur l'existence de lois réprimant l'exploitation sexuelle des enfants.

Les différents supports (vidéo, affiches, etc.) ont été développés gracieusement par BETC EURO RSCG à la demande d'Air France, partenaire engagé d'ECPAT depuis 15 ans. Les agences, avions et cars Air France sont depuis mai une vitrine incontournable.

**musée de l'air
et de l'espace**

**vous n'irez
jamais aussi loin
qu'à six kilomètres
de Paris**

**Entrée
Gratuite**

AÉROPORT DE PARIS LE BOURGET

Bus 350 de la gare de l'Est, Bus 152 de la porte de la Villette, RER B Le Bourget www.museedelair.org



Photo : CCE Air France

DÉMARCHE PÉDAGOGIQUE DU CCE

LA DÉFENSE DES VALEURS

Intro

Chaque année, près de 9 000 enfants âgés de 4 à 18 ans profitent des séjours organisés par le CCE (fixes, itinérants, linguistiques, à thème...) et bénéficient à ce titre d'un encadrement appliquant des valeurs défendues par le CCE : le respect des autres, la laïcité, le droit à la différence, la mixité, le rejet de la violence... Ces orientations pédagogiques sont étudiées chaque année, sous l'impulsion du Bureau et avec les directeurs des séjours, à l'occasion des «journées d'étude». François Cabrera revient sur les valeurs fondamentales de cette démarche pédagogique développée par le CCE Air France.

ENTRETIEN

avec François Cabrera,
Secrétaire Général du CCE Air France



➤ Quels sont les objectifs du CCE dans les villages ?

«L'épanouissement des enfants au centre des préoccupations»

À partir du moment où les salariés d'Air France nous confient leurs enfants, notre objectif est de faire en sorte que leur séjour soit composé de diverses activités, mais également qu'il soit un moment propice au développement personnel de chacun. La plus-value du CCE réside précisément dans ses valeurs pédagogiques prônées et mises en pratique au sein de nos villages.

C'est justement l'un des rôles essentiels du CCE que de ne pas être une simple garderie, un lieu où l'on met les enfants parce qu'on ne sait pas quoi en faire. Les villages de vacances du CCE doivent être des lieux d'épanouissement. Les mentalités ont évolué, avec une demande accrue d'activités, mais on constate un retour aux vraies valeurs. Je pense foncièrement qu'on peut concilier les deux : passer de bonnes vacances, s'amuser, rencontrer des amis, échanger, tout en respectant les autres et en apprenant à vivre en collectivité.

➤ Comment se manifeste la pédagogie sur le terrain ?

«Le respect de l'autre avant tout»

Chaque activité conduit à un apprentissage. Ainsi faire du poney, pratiquer du rafting en rivière ou encore de la voile sont des sports qui donnent aux directeurs et animateurs de villages l'occasion de mettre en pratique nos valeurs pédagogiques. À commencer par l'apprentissage de la vie en communauté. Le respect de l'autre est une notion fondamentale pour nous. Chaque enfant arrive dans un village de vacances avec ses habitudes, son éducation... dès lors qu'elles sont compatibles avec nos propres règles, notre rôle consiste à faire respecter la différence.

➤ Quelle place occupe l'environnement dans les villages ?

«L'écologie : un tournant dans les projets pédagogiques du CCE»

Le CCE a décidé d'avoir un label Ecocitoyenneté et une démarche citoyenne sur l'ensemble de ses activités. C'est la grande évolution de ces deux dernières années : amener les enfants à prendre conscience du monde environnant, notamment à travailler sur le respect de la planète et intégrer la notion d'écologie. Pour donner un exemple, le respect de l'eau (une denrée qui se fait rare) fait partie des sensibilisations que nous apportons lors des séjours.

➔ Quels moyens avez-vous mis en place pour asseoir la pédagogie prônée par le CCE ?

«L'expérience au service des enfants»

Le développement des orientations pédagogiques du CCE Air France, passe obligatoirement par l'encadrement. Celui-ci doit répondre à des exigences.

Lorsque nous recrutons, les critères de sélections sont drastiques. Il faut que les candidats justifient d'une expérience en matière de pédagogie, qu'ils aient éprouvé leur savoir-faire dans des structures en contact avec des enfants. En plus de cela, ils doivent être capables de gérer des équipes d'animateurs, de cuisiniers, d'économes etc. Le directeur de village a donc un rôle très important. Il doit faire respecter les orientations pédagogiques, faire respecter les contraintes d'exploitation, juridique, de sécurité, d'habilitation des différents ministères. Bref, le directeur de village endosse beaucoup de responsabilités.

Nos équipes travaillent avec un potentiel de directeurs qui, avec le temps, constitue un véritable noyau dur. Cette pérennité est l'un des révélateurs de la qualité de nos prestations, ces derniers trouvant justement dans les villages du CCE, des valeurs fortes, véhiculées par une vraie démarche pédagogique globale. Ces encadrants ont généralement de très lourdes responsabilités dans leur vie professionnelle : certains sont inspecteurs de l'Education nationale, d'autres spécialisés dans l'enfance inadaptée, d'autres encore directeurs d'établissement...

Afin d'harmoniser les discours et les comportements dans nos séjours, nous les réunissons une fois par an, en général au printemps, pour discuter de grands sujets concernant la pédagogie. Nous nous efforçons de traiter des thématiques qui nous paraissent essentielles au bon déroulement des séjours jeunes. C'est dans ce cadre que nous avons débattu sur des sujets aussi divers que «L'enfant différent», «La laïcité», «La démarche écocitoyenne». Et cette année, c'est l'équilibre alimentaire qui est au menu ...l'écocitoyenneté passe aussi par les assiettes. ■



Photo : CCE Air France



Photo : N. Béguin

«Prête-moi ta gomme»... et prend la mienne

Qu'est-ce qui tient dans les mains, efface les écritures et les dessins, et qu'on prête la plupart du temps à son voisin ? La gomme, qui «efface le passé, pour mieux réécrire l'avenir». L'association «Prête-moi ta gomme» l'a bien compris, au point d'en faire une philosophie. Après avoir opéré dans trois pays d'Afrique, elle aimerait aujourd'hui étendre son action en Asie, plus précisément au Vietnam. Le CCE a souhaité accompagner ce jeune projet en lui attribuant une aide financière. Retour sur les faits.

«Prête-moi ta gomme» a vu le jour en 2005, lorsque Nicolas Béguin, fondateur et président de l'association se rend pour la première fois au Burkina Faso, caméra au poing. Au départ, son objectif consiste à *«mieux comprendre la vie, la pensée et les cultures de cette région que je ne connaissais pas»*. Sur place, la réalité est toute autre. Les enfants des lieux reculés, au milieu de rien, qu'ils soient de Lomé au Togo ou de Cotonou au Bénin, sont souvent déscolarisés, parfois livrés à eux-mêmes. Les objectifs se précisent alors. Il s'agit désormais de donner plus de moyens aux pays défavorisés dans le domaine éducatif ; offrir des possibilités de parrainage entre les enfants de France et ceux d'Afrique ou d'ailleurs ; sensibiliser les jeunes collégiens et lycéens de

France sur l'importance du «don utile» et sur l'urgence de la situation en Afrique.

Concrètement, chaque mission consisterait à effectuer des collectes géantes (vêtements, jouets, livres et matériels scolaires, médicaments) au sein d'écoles françaises sélectionnées et qui, à leur tour, parraineraient une école africaine. La dernière collecte a commencé dans une école du XI^e arrondissement en décembre 2008. Plus d'une tonne de matériel a déjà été rassemblée et la distribution est prévue dans une école de Ouagadougou (Burkina Faso) courant mai. «Prête-moi ta gomme» entrera ensuite dans une troisième phase : le tournage.

Afin de tisser un lien privilégié entre les enfants des deux continents, l'équipe a en effet mis à contribution son savoir-faire, autrement dit, l'outil audiovisuel. La première étape a consisté à monter un reportage de 52 minutes, **«Prête-moi ton film»**. Les images parlent d'elles-mêmes. Il s'agit d'une présentation originale du continent noir. On y découvre une *«Afrique des visages, d'expressions, de regards. Une Afrique belle, douce, jeune»*. Projeté aux élèves de l'école de Roanne dès leur sélection par l'association, le reportage a déclenché une prise de conscience importante avant le lancement du processus «collecte, distribution, projection». Un second film, retraçant cette fois-ci le convoi de la collecte de Roanne à Ouagadougou devrait également être diffusé d'ici à la fin de l'année scolaire.



Catalogue JOUETS 2009 UN PÈRE NOËL “ON LINE”



Le 21 avril dernier, la commission Activités sociales(*) du CCE Air France s'est rendue dans la petite commune de Méru (Oise). C'est là que Partner Jouets, distributeur de jouets avec lequel le CCE travaille depuis deux ans, entrepouse une partie de son stock. Objectif du déplacement : sélectionner parmi une collection de 180 jouets, ceux qui figureront dans le catalogue de Noël du CCE. En 2009, c'est sur Panoram@, le site de réservation en ligne, que vous pourrez consulter le catalogue, faire votre choix et commander.



La sélection des jouets

la commission Activités sociales veille

Discrète, la commission Activités sociales est un organe important du CCE Air France puisqu'elle est, à l'image de la dizaine de commissions, l'appareil d'étude, de coordination et de contrôle du CCE.

La commission Activités sociales est constituée de 17 membres préalablement nommés au sein de leurs syndicats. Sa mission : participer à la réflexion des activités sociales du CCE en remontant les remarques et suggestions émanant des agents Air France. Le champ d'action est vaste puisqu'il va de la participation à l'élaboration des programmes de vacances, en passant par les spectacles et bien sûr le catalogue de Noël...

Josiane Renckly, présidente de cette commission, nous relate cette journée de sélection des jouets pour l'Arbre de Noël 2009.



J'avoue avoir été agréablement surprise par ce cru 2009, notamment par les jouets proposés aux 0-3 ans. Personnellement, je pense que de grands efforts ont été portés puisqu'un large panel de jeux dits «logiques», figure en bonne place parmi la sélection. Par ailleurs, on constate un retour aux jouets en bois, en réponse aux souhaits des agents. Enfin, société moderne oblige, les produits dérivés de la Wii pour les enfants plus âgés ont également le vent en poupe. Afin que chaque enfant puisse choisir un «jouet» qui lui plaise, le CCE Air France s'efforce chaque année de suivre les tendances et de répondre ainsi aux attentes des enfants et des parents. La commission a donc voté et sélectionné une centaine de jouets. Le catalogue de Noël 2009 sera disponible sur Panoram@ en juin ainsi que les réservations pour le spectacle de fin d'année au Cirque Pinder.



“CE : l'air du temps est au choix des jouets sur le web”

Jean-Luc Bos

Pour la deuxième année consécutive, à l'occasion de l'Arbre de Noël, le CCE Air France commande ses jouets chez Partner Jouets, fournisseur leader des comités d'entreprise depuis plus de 10 ans. À son actif, un chiffre d'affaires dépassant les 75 millions par an, 6000 clients dont la Mairie de Paris, RATP, Bosch, Renault, Citroën... et le CCE Air France. Entretien avec Jean-Luc Bos, directeur commercial de l'activité CE chez Partner Jouets.



Photo : CCE Air France

Les tendances jouets pour 2009 ?

On décèle trois grandes tendances pour l'hiver 2009.

- 1 - Les jouets licenciés, autrement dit des produits dérivés d'enseignes telles que «Petshop», «Hello kitty», qui est au départ une marque de papeterie déclinée, par la suite sous forme de jouets. Tandis que pour les adolescents, on note une présence de marques fortes comme Nike, Chevignon, RG 512...
- 2 - Les produits électroniques ont également le vent en poupe. On remarque qu'il faut sans cesse que les jouets bougent, parlent, émettent des sons... bref, qu'il y ait une réelle valeur ajoutée au produit.
- 3 - L'attrait pour l'écologie, le développement durable, les produits biodégradables... On veut toujours pour nos enfants ce qui est mis en place pour nous-mêmes. Il est donc logique de retrouver ces thématiques écocitoyennes dans l'univers du jouet.

Est-ce que les CE des entreprises clientes chez vous font les mêmes choix de jouets ?

Au départ ce qui est commun aux entreprises, c'est la collection et le catalogue général. Ensuite, chaque CE choisit en fonction de son support, de ses sensibilités, de son budget. Certains orientent leur sélection vers des thématiques comme l'environnement, d'autres préfèrent nous donner un budget, charge à nous de leur fournir une liste dans laquelle leurs employés pourront choisir. D'autres encore comme le CCE Air France s'investissent davantage en participant à une présélection, suivie d'une seconde plus affinée. Votre entreprise a ainsi sélectionné une centaine de jouets pour l'Arbre de Noël 2009.

Avez-vous constaté des changements de mentalités dans l'environnement du jouet en ce qui concerne les CE ?

Oui, l'air du temps est au catalogue de jouets sur le web. Les entreprises privilégient désormais la toile qui remplace progressivement le papier. Il est vrai que cet outil a l'avantage de faciliter le côté administratif, de permettre une gestion efficace des stocks et par conséquent de réaliser des économies. Arguments plutôt appréciables en contexte de crise...

Vous travaillez dans un secteur très sensible, et la plupart des jouets sont fabriqués à l'étranger. Comment faites-vous pour faire respecter les normes européennes ?

Il est vrai que les règles européennes sont draconiennes. Lorsqu'on s'avère être un acteur important du jouet, (nous disposons de 50 entrepôts en France et plus de 50 000 m² de stockage), la sécurité est un aspect capital. D'ailleurs la DGCCRF* (Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes) passe dans nos locaux quasiment une fois par mois. Nous avons en permanence une équipe de 12 personnes en Chine, chargée du contrôle de la qualité de fabrication. Elle vérifie l'aptitude des jouets au départ des cargaisons, puis à l'embarquement, de façon à ce que les normes soient respectées. Ce sont des étapes primordiales aussi bien pour les futurs consommateurs que pour nous parce que, si on constate un produit défectueux à l'arrivée sur le territoire français, c'est tout le stock qui est perdu...

Catalogue Jouets en ligne

Seconde quinzaine de juin,
découvrez le catalogue jouets de Noël 2009.

Connectez vous sur **Panoram@**

<http://cce.airfrance.fr>

et cliquez sur l'onglet Arbre de Noël.

Une fois votre enfant sélectionné, la liste des jouets et des livres correspondant à son âge s'affiche, vous pouvez alors effectuer votre choix et valider.

C'est également via ce site que vous pourrez réserver votre soirée Arbre de Noël. C'est Pinder qui accueillera cette année les familles Air France.

Vous avez jusqu'au 15 août pour effectuer votre commande de jouets.





Photo : Fotolia

LE COMITÉ CENTRAL D'ENTREPRISE

UN RÔLE SOCIAL RENFORCÉ

LE CONTEXTE GÉNÉRAL

▮ Deux données à prendre en compte :

- pour l'été 2009, entre 40 et 50 % de Français ne partiront pas en vacances, un pourcentage en forte hausse suite à la crise économique actuelle.
- l'évolution du transport aérien et ses conséquences sur Air France tendent à voir les effectifs du personnel au sol diminuer et ceux du personnel navigant augmenter ce qui, dans le contexte de séparation voulu par le CE-OA, conduit à une diminution des ressources des 7 CE du personnel au sol et donc du CCE.

▮ La problématique et quelques éléments de réponse

Cette double constatation a conduit les élus du Bureau du CCE à travailler sur cette alternative :

Faut-il poursuivre la politique tarifaire, menée depuis de nombreuses années, qui consistait à augmenter la subvention pour un nombre de bénéficiaires qui allait en diminuant ?

ou,

Rompre avec cette démarche, et trouver comment consacrer le maximum d'argent à la subvention des vacances adultes et jeunes, afin de faire du CCE la solution de vacances à des tarifs le plus bas possible, tout en augmentant le nombre de bénéficiaires ?

...

- ● ● Les secrétaires des 7 comités d'établissement et les élus du Bureau du CCE se sont résolument tournés vers la deuxième solution en y apportant les trois réponses suivantes :
- la mise en place au CCE d'OPTIM, projet d'organisation ayant pour objectif la plus grande efficacité d'une organisation permettant une meilleure maîtrise des coûts,
- la création d'une direction des achats, déclinée pour les 7 CE par un Plan Synergies, afin de faire baisser les coûts des achats,
- la refonte de la politique tarifaire pour les vacances adultes et jeunes.

C'est ce dernier point qui mérite une explication détaillée.

■ La politique tarifaire de vos vacances

Pour l'ensemble de l'année 2009, le CCE consacre 12,7 millions d'euros à la subvention des vacances adultes et jeunes. En combinant la baisse des prix d'achat des séjours et une subvention mieux répartie entre les salariés, en fonction de leurs revenus, le Bureau s'est fixé comme objectif de faire partir, avec ces 12,7 millions d'euros, 10 à 15 % de vacanciers supplémentaires et donc de faire bénéficier 10 à 15 % de salariés d'une subvention jusqu'alors répartie sur un nombre plus restreint.

De plus, le nouveau mécanisme de calcul de la subvention est plus favorable que l'ancien pour plus de 70 % des salariés qui partent en France et plus favorable pour tous les salariés qui partent à l'étranger.

Alors oui, mieux répartir la subvention peut entraîner la hausse de certains tarifs.

Oui, certains de ces tarifs, même s'ils sont très peu nombreux, peuvent augmenter assez fortement mais uniquement pour des séjours qui sont apparus comme étant trop consommateurs de subvention.

Oui, le nouveau mécanisme, appliqué uniquement aux vacances adultes, fera baisser très légèrement la subvention de ceux qui seront déjà partis avec le CCE.

C'est à ces conditions que le Comité Central d'Entreprise sera au coeur de sa vocation sociale. ■

PANORAM@ : LES BONS CHIFFRES

A la date du 14 mai, soit un mois après le démarrage de Panoram@, le site de réservation en ligne du CCE, un premier bilan en quelques chiffres s'impose.

Tout d'abord, il est important de dire que la totalité des anomalies de démarrage est aujourd'hui réglée : ayant droit et lieu de travail absents des fichiers fournis par Air France – inadaptation de l'offre à certaines compositions familiales ...).

De plus, de nombreux remboursements ont déjà été effectués et d'autres sont en cours.

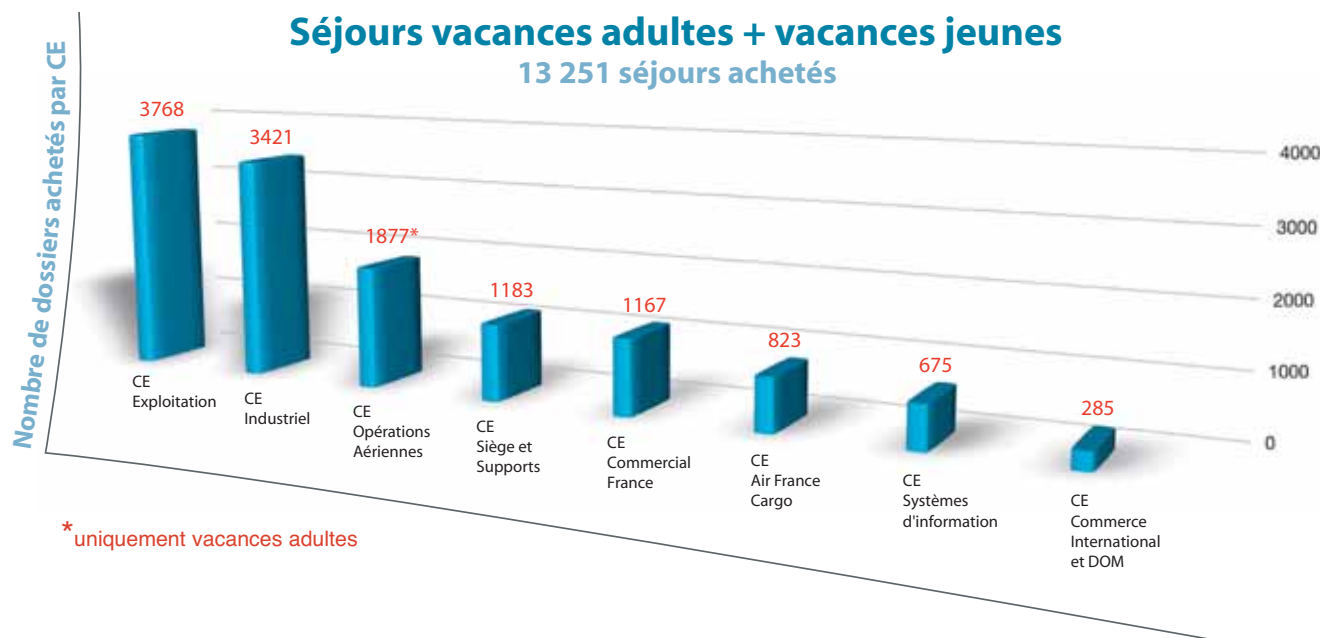
Enfin, le service Gestion Relation Client (GRC), submergé dans un premier temps par vos nombreux mails, a été renforcé afin de répondre à l'ensemble de vos courriers dans de meilleurs délais.

Du 14 au 17 avril, soit les trois premiers jours suivants l'ouverture de Panoram@ :

- > 81 000 connexions
- > près de 6 000 achats de séjours



Depuis, 2100 visites et 240 achats de séjours
ont lieu quotidiennement ce qui permet de comptabiliser, au 14 mai :



Vacances séjours adultes

8 279 dossiers dont 7 835 subventionnés

Comme indiqué dans l'édito de ce numéro, pour les vacances adultes subventionnées, de nombreuses places sont encore disponibles.

Ne laissez pas passer l'occasion de partir en vacances avec le CCE en bénéficiant d'une **subvention qui est à ce jour en moyenne de 54 % soit 895 euros par dossier**.

Retraités

Comme nous nous y étions engagés, le CCE se rapproche des retraités pour faciliter leurs démarches :

- panorama_grc@cceaf.fr, pour tout problème lié à la réservation de vos vacances.
- Mme Jacqueline Cazenave : **01 41 56 07 75** pour toute demande sur votre situation administrative.

La possibilité de payer en 4 fois sans frais est actuellement en test à la banque du CCE. Sa mise en service est proche.

Les salariés du CE-OA et le CCE

Vous êtes salarié ou retraité rattaché au CE-OA et vous avez rencontré des difficultés lors de l'ouverture de Panoram@, le site de réservation en ligne des vacances adultes et jeunes du CCE.

Précisions :

- pour les données personnelles, à la demande du CE-OA, le CCE ne prend en compte que le fichier fourni par votre CE. Celui-ci, comme celui d'Air France pour les autres salariés de l'entreprise, contenait des erreurs et surtout des «oubliés». Ceci est aujourd'hui corrigé.
- Pour les retraités, sans accord précis du CE-OA, le CCE n'a pas pu donner l'accès au site dès son ouverture. La situation est aujourd'hui régularisée et l'accès autorisé.
- Pour les vacances jeunes, les propositions du CCE données en février, ont été validées par le CE-OA le 20 avril et mises en ligne le 12 mai. Les inscriptions aux séjours sélectionnés ne peuvent s'effectuer que via le site du CE-OA. Le site du CCE est néanmoins accessible pour la consultation du descriptif complet des séjours du CCE.





UNE PÉRIODE À HAUTS RISQUES

L,

exercice désormais habituel de présentation aux instances représentatives du personnel de la stratégie de l'entreprise a revêtu cette année, compte tenu du contexte économique, une intensité particulière. La crise remet-elle en cause la stratégie du Groupe ? La Direction générale répond par la négative, et cela mérite explications et réflexions.

Le point dans ce dossier sur ces questions, pour les trois grands métiers du Groupe.

PASSAGE DÉLICAT...

L'année dernière encore le marché du transport aérien était en situation de sous capacité. Depuis, la situation s'est inversée, comme chacun le sait. La plupart des entreprises prévoient une réduction de leur budget de déplacement et les ventes en agence se dégradent.

Que faire, face à cette situation ? Comment éviter une crise sociale ? Quelle est la stratégie de la Compagnie ?

LE CONTEXTE

Les économistes ont l'habitude de corréliser «consommation» de transport aérien et «revenus» (des entreprises, des ménages, de l'Etat). Lorsque ces derniers croissent, le trafic augmente. Lorsqu'ils diminuent, il baisse. C'est ce qui se passe en ce moment. D'où une situation de surcapacité, car personne n'avait vu venir la crise. Corrélation ne signifie pas causalité. Les hommes d'affaires ne voyagent pas parce que les profits ou les investissements augmentent, mais pour que les profits et les investissements augmentent... De même les clients loisirs ne prennent pas l'avion parce qu'ils perçoivent un revenu, mais pour des motifs de détente, de découverte, de visite à la famille. Entre les revenus au sens large et l'usage du transport aérien, les choses ne sont pas totalement mécaniques.



LA STRATÉGIE PASSAGE

Dès le début de la crise, les compagnies aériennes ont réduit la voilure pour éviter un décalage économiquement funeste entre l'offre et la demande, entre les coûts (en grande proportion indépendants du nombre de passagers) et les recettes (fonction du nombre de passagers). D'une manière générale, on constate dans l'industrie du transport aérien des réductions de capacités et d'investissement, des tentatives pour développer des recettes annexes et des rapprochements entre compagnies (fusions, acquisitions). Ces ajustements permettent d'éviter l'exacerbation de la concurrence dans un contexte de rétrécissement de la taille du marché ; mais les réductions de capacité produisent des situations de sureffectif.

Sur le fond, la stratégie d'Air France-KLM ne change pas et il est effectivement plus juste de parler de mesures d'ajustement que de changement de cap. Le HUB reste au cœur de la stratégie, notamment parce que l'étendue du réseau et la qualité des acheminements restent un atout primordial pour les hommes d'affaires. Dans un contexte d'érosion du trafic affaires, la Compagnie a donc recours aux ajustements constatés dans l'ensemble du secteur :

- réduction de capacités (liaisons suspendues, nombre de fréquences diminué),
- report d'investissements (sauf au sol),
- développements de recettes annexes (développement d'une offre de téléprésence aux entreprises).



L'arrivée de la nouvelle classe Premium Voyageur pourrait également endiguer la baisse de la recette unitaire liée au phénomène de report de la clientèle affaire sur les classes arrière.

La «phase 2» du plan pour l'emploi consistant à inciter le personnel à prendre des congés sous toutes les formes possibles (des RTT aux congés sabbatiques) et au développement du temps partiel est la traduction concrète, au niveau social, de ces ajustements. Pour le moment, il s'agit de prendre des mesures temporaires qui n'ont pas vocation à être pérennisées. Mais de grosses incertitudes pèsent sur l'évolution du trafic et la réponse de la Compagnie sera, comme elle l'a indiqué, graduée. ■

UNE AUTRE STRATÉGIE EST-ELLE SOUHAITABLE ?

La question n'est pas à l'ordre du jour. Pour le moment, les avis des conjoncturistes sur le moment de la reprise sont des plus divers. Mais l'exemple de l'automobile, premier secteur à avoir mis en place des mesures de chômage partiel, montre que la solution de fond est industrielle.

Quelques indicateurs permettent toutefois de rester optimiste : au fil du temps, certains déplacements professionnels devraient apparaître inéluctables ; malgré une conjoncture difficile, 65 % des clients d'agences de voyages ont le projet de partir à l'étranger en 2009 pour des vacances ou un week-end prolongé (sondage Sofres avril 09). Il serait d'ailleurs intéressant d'analyser le comportement de la clientèle loisir sur les différents réseaux.

Quoiqu'il en soit : c'est aujourd'hui que différents scénarios doivent être étudiés, car il sera trop tard quand la phase 3 sera annoncée.

CARGO : LA VIABILITÉ ÉCONOMIQUE DU FRET AÉRIEN REMISE FONDAMENTALEMENT EN CAUSE

La situation est particulièrement difficile pour le cargo avec un trafic en très forte diminution. Face à cette situation, la réponse de la Compagnie consiste à ajuster les capacités en fonction de ce que peut absorber le marché. Mais il est possible que la sortie de crise passe par des bouleversements plus en profondeur du service même offert par le Cargo.

Le Cargo est souvent considéré comme un indicateur avancé de la conjoncture économique. Dès le mois de juin 2008, on peut ainsi observer dans le fret un décrochage entre les capacités offertes et le trafic. En quelques mois, le Cargo a perdu quatre ou cinq années de croissance. Et rien n'indique un prochain redémarrage de l'activité. Celle-ci a chuté de 30 % par rapport à l'année dernière et la baisse impacte également la recette unitaire.

Dans le domaine du transport de marchandises, l'aérien représente 2 % des volumes transportés mais 30 % en valeur. Il faut savoir que la capacité Fret de la Compagnie est composée des soutes (60 %) et de freighters (40 %).

Le remplissage des soutes par du fret est «contributif» dès lors que la recette est supérieure aux coûts variables supplémentaires induits par le transport de marchandises (du carburant supplémentaire par exemple). Il importe peu en effet que cette recette ne couvre pas l'intégralité des coûts fixes puisque ces derniers seront décaissés de toute façon, avec ou sans marchandises dans l'appareil.

Il est beaucoup plus difficile de «rentabiliser» les vols freighters puisque la recette doit couvrir l'ensemble des coûts (le carburant, mais aussi l'équipage, l'avion, etc.). Cependant, l'offre freighters constitue un avantage concurrentiel par rapport à certains types de marchandises (British Airways par exemple ne possède pas de freighters et transporte donc des produits banalisés).

Dans ce contexte, deux principes d'ajustements ont été retenus :

- les capacités soutes sont réduites lorsque la recette ne permet plus de couvrir les coûts variables ;
- les capacités freighters sont réduites au fur et à mesure de la baisse de trafic.

Le nombre d'appareils a ainsi été ramené à 8 puis 7 et enfin 6, dernier chiffre connu (contre 11 l'année dernière).

Ces adaptations engendrent un sureffectif au Fret, géré pour le moment par des renforts temporaires au sein d'autres Directions, notamment à la Direction Générale Industrielle. La masse salariale du Fret s'élève à 190 millions d'€. Le trafic baisse

plus vite que les économies qu'il serait possible de réaliser en réduisant les effectifs. Une réduction drastique des effectifs n'est donc pas envisagée pour l'instant et ne constitue pas, de toute façon, la voie royale pour faire des économies. Les départs en retraite non remplacés (une soixante de personnes), les redéploiements au sein d'autres directions (30 à 40 personnes) et la réintégration éventuelle d'activités sous-traitées sont à l'ordre du jour.

Parallèlement, le Cargo a modifié sa politique de fidélisation de ses clients.

Ces derniers sont rémunérés dorénavant non pas pour la croissance de leurs volumes confiés à Air France, mais en fonction de l'évolution de la part de marché du Groupe dans leurs envois. Si cette part augmente, des ristournes leur sont accordées. Cette approche est permise par de nouveaux outils de mesure mis en place chez les gros clients.

A plus long terme, il faut prendre en compte un certain nombre d'évolutions de l'environnement, en particulier :

- Les préoccupations environnementales qui se traduisent par l'extinction probable de certains marchés (transport de fruits et légumes exotiques, préférence pour les productions locales, etc.) ;
- La concurrence du transport maritime qui s'organise (très nette amélioration de la qualité de service ces dernières années), même s'il souffre également de la conjoncture actuelle.

L'avenir serait en fait dans un mix aérien/ferroviaire/maritime et dans le développement des capacités dans les zones de croissance, en Asie principalement. C'est à plus long terme dans cette voie que la Direction compte s'engager. Air France-KLM ne pourra pas rester non plus à l'écart des grandes évolutions du secteur concernant le e-freight, mis en avant par l'IATA comme une des réponses à la crise, mais là encore, avec des conséquences sur l'emploi incertaines, ou bien certaines à la baisse...

Enfin, les représentants du personnel ont encore une fois demandé que soit réalisé un bilan exhaustif de la Joint Cargo Team. Les difficultés rencontrées dans la «combinaison» des équipes d'Air France et de KLM constituent potentiellement un facteur interne d'aggravation de la crise et gommé par la Direction du Groupe. Si la reprise arrive un jour pour le cargo, il serait fort dommageable pour le Groupe et ses salariés, de se voir handicapé par des problèmes organisationnels trop longtemps négligés. ■



■ MAINTENANCE INDUSTRIELLE

Les deux grands objectifs de la DGI sont connus. Ils consistent premièrement à assurer un support de maintenance compétitif aux flottes du Groupe et, deuxièmement, à être un acteur de premier plan sur le marché de la maintenance aéronautique (MRO), contribuant ainsi au profit d'Air France-KLM.

La crise actuelle impacte différemment le marché MRO que les trafics passage ou fret. Au titre des conséquences négatives, figurent évidemment les disparitions de compagnies, le retrait des avions les plus anciens et la baisse générale d'activité, les opérations de maintenance étant programmées en partie en fonction du nombre d'heures de vol effectué par les appareils.

Mais certaines tendances pourraient avoir, à contrario, des effets positifs : un renouvellement de flotte

reporté compte tenu des problèmes de financement et une accélération du recentrage de certaines compagnies sur le métier du transport, multipliant les externalisations des services de maintenance. Par ailleurs, les perspectives de croissance MRO restent positives pour les pays émergents (vieillessement d'avions récents déjà en exploitation).

Si la croissance du marché entre 2008 et 2013 a été revue à la baisse (de 3,9 à 3,4 % par an), cela s'est effectué dans des proportions incomparables par rapport au trafic aérien Pax et Fret.

DEUX AXES STRUCTURANTS

La DGI a formalisé sa stratégie autour de deux grands axes et de quatre priorités.

1 Sur les produits jugés non stratégiques vis-à-vis de la clientèle tiers, la priorité est donnée à la réduction des coûts et à l'amélioration de la performance. Il s'agit ici de la révision cellule (grandes visites) et des pièces "moteurs".

- **Pour les grandes visites**, l'orientation est claire. En Europe, se concentrer sur les avions récents, moins générateurs de main d'œuvre et sous-traiter les autres types d'appareils dans les pays à bas coûts, éventuellement en recherchant des échanges de charges sur les équipements et les moteurs.

Maintenir un outil industriel minimum en interne afin de pouvoir faire bénéficier le Groupe du choix de ses créneaux de visites.

- **Pour les pièces moteurs**, dont la rentabilité est encore jugée faible par la Direction, l'objectif est d'échapper le plus possible aux diktats des constructeurs qui imposent des hausses mécaniques de prix importantes (de 5 à 6 % par an). Des alternatives sont recherchées par utilisation de pièces reconditionnées (PMA), qui sont aux pièces moteurs ce que les génériques sont aux médicaments (mutatis mutandis, bien évidemment).



Air France

2 Sur les produits stratégiques, la priorité est donnée au développement du portefeuille client. Cela concerne :

- **Les équipements**, au travers d'une implantation locale sur les nouveaux marchés et de l'optimisation du réseau.
- **Le support moteur**, en recherchant des effets d'échelle sur les produits et une maîtrise plus fine des coûts des pièces.



Air France

DE FORTES INTERROGATIONS DEMEURENT

Le développement à l'international et les partenariats

Air France cherche depuis longtemps à développer sa présence à l'international dans une logique de proximité avec les marchés locaux. Ces projets (Etats-Unis avec AMG, Chine, RAM..) restent pour l'instant modestes. De plus, Air France vient de se retirer de la filiale chinoise, pour cause de divergence stratégique. Des projets sont toutefois en cours de discussion. Il s'agit notamment d'un projet en Inde et d'une Joint-venture avec la société Aircell, spécialisée dans l'aérostructure (en direction des marchés du Golfe sur les produits AF du Bourget et ceux propres à Aircell comme les inverseurs de poussée Roll Royce).

Concernant Alitalia, il n'y aura pas pour l'instant de partenariat privilégié entre la nouvelle compagnie et la DGI. Alitalia n'a repris de l'ancienne compagnie, que la maintenance en ligne et les ateliers équipements basés à Rome. En revanche, la base de Naples (Atitech) et l'atelier moteurs, qui faisait l'objet d'une JV avec LHT*, n'ont pas été repris mais font l'objet actuellement de contrats de continuité de service. Des appels d'offre très larges sont en cours, pour lesquels la DGI sera traitée comme les autres prestataires.

La maintenance en ligne ne fait pour l'instant pas l'objet de développement à l'international, comme cela est le cas à KLM. Apparemment, cette différence stratégique s'explique par le fait qu'à Air France, le décideur à l'étranger est le chef d'escadre. C'est à lui qu'il appartient de décider si, au final, il est opportun ou non de développer la clientèle tiers sur la maintenance. A KLM, cette décision revient à la direction E&M.

Place de la cabine

Les années précédentes, le traitement de la cabine était clairement mis en avant comme axe majeur de développement. Cette fois-ci, silence radio sur le sujet. A priori, le produit «modification cabine» est toujours d'actualité mais le chiffre d'affaires tarde à décoller. Toutefois, des programmes sont en cours, comme celui concernant les modifications des A 330 de Tunisair.

Synergies groupe entre Air France et KLM

Depuis l'an dernier, les synergies se sont renforcées principalement sur les achats, qui sont dorénavant communs.

Les axes forts de développements futurs concernent l'alignement de la logistique et l'organisationnel. Des réductions de coûts pourraient être envisagées si la décision était prise de lancer un système informatique commun. Mais c'est en stand by pour l'instant. Il existe parallèlement un programme de développement industriel (IDP = Industrial Development Program) chargé d'identifier les échanges de charges nécessaires pour créer des tailles critiques par produit. C'est dans ce cadre que pourraient être envisagées des réintégrations de sous-traitance.

DEA : la grande absente

Le manque d'un plan de développement propre à la DEA est apparu patent dans cette présentation, et notamment dans sa dimension «grandes visites». On aura compris qu'AF-KLM est dans une logique d'externalisation maximale de cette activité, dans laquelle les frais de personnel pèsent pour plus de 80 % des coûts totaux. La question se pose d'une juste appréciation de l'apport de l'activité GV pour Air France dans son ensemble. La possibilité pour la Compagnie de pouvoir disposer en priorité des créneaux de visite lui fait en effet économiser des coques avions, ce qui n'est jamais valorisé en tant que tel.

Après le PNC, le mécano va-t-il sauver l'emploi à Air France

Même si l'objet de la présentation portait sur la stratégie, les représentants du personnel ont fortement insisté sur les enjeux sociaux intrinsèquement liés. Paradoxalement, après la fonction PNC avant la crise, c'est dorénavant l'industriel qui devrait être la seule source de créations d'emplois au sein de la Compagnie et ce pour une période encore indéterminée. Or, la DGI doit enregistrer un nombre de départs à la retraite important, posant de vraies difficultés de charges de travail et de pertes potentielles de compétences et de savoir-faire. On touche ici à la difficulté d'un exercice consistant à discuter de la stratégie en reportant à plusieurs mois la présentation des moyens humains dont on dispose pour la mettre en œuvre. Les actions envisagées et qui ont été présentées, si elles sont fort intéressantes - car proposant de vraies formations qualifiantes à des populations dans et hors DGI (DGE, Fret, ...) - , ne semblent pas pouvoir répondre quantitativement aux enjeux qui se posent. ■

* Lufthansa Technik

ORGANISATION COMBINÉE DES INFORMATIQUES AIR FRANCE ET KLM



LA DGSI EN COMBINAISON

Après plusieurs présentations, informations et reports, le projet de nouvelle organisation de l'informatique Air France-KLM a fait l'objet d'une consultation le 22 avril. Débat houleux qui a permis de soulever toutes les ambiguïtés du projet. ⁽¹⁾

■ LES OBJECTIFS DU PROJET

Jusqu'à présent, le rapprochement coordonné des deux informatiques d'Air France et de KLM n'a pas permis d'atteindre tous les buts fixés. Malgré quelques tentatives, notamment dans la maîtrise d'oeuvre et dans la maîtrise d'ouvrage, les différences étaient trop importantes à la fois dans l'approche des besoins, ce qui a conduit à une inflation de spécificités métiers pour chacun des projets communs qui ont été lancés et dans l'organisation de la maîtrise d'oeuvre : politique de sous-traitance, répartition des activités de développement et de production, etc...

De plus, une absence de transparence patente est venue renforcer les difficultés à travailler en commun, du fait de l'absence d'une autorité commune acceptée par tous.

La combinaison des informatiques Air France répond donc à une double exigence :

- rendre la dépense informatique plus efficiente, c'est-à-dire faire mieux à moindre coût ;
- augmenter la part des projets informatiques communs aux deux compagnies afin, non seulement de réaliser des économies d'échelle sur la dépense informatique elle-même, mais surtout de permettre une accélération des synergies métiers.

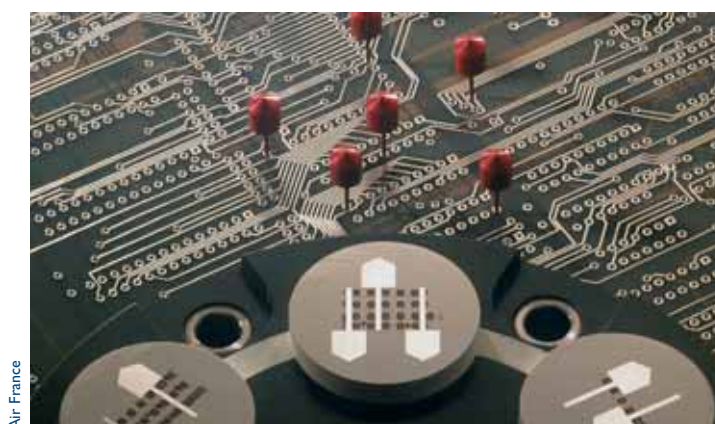
⁽¹⁾ Sur les enjeux liés à la mise en place d'une organisation combinée sur l'ensemble de la Compagnie, les lecteurs peuvent utilement se référer au n° 3 de Panoramag.

RAPPELONS LES GRANDES OPTIONS PRISES PAR LE PROJET D'ORGANISATION :

- Une harmonisation des méthodes de travail, réalisée au travers du projet ITHACA ;
- Le choix de combiner la maîtrise d'ouvrage (AMO/BDO) pour tous les métiers du Groupe faisant l'objet d'une combinaison ;
- Sur la maîtrise d'œuvre, au sein de la DGSI, le choix de combiner :
 - > la stratégie et l'architecture,
 - > le développement des solutions applicatives,
 - > l'exploitation (production et systèmes distribués). qui concerne 1100 agents sur les 1600 de la DGSI.

Concernant le développement des solutions applicatives

- L'option choisie consiste à scinder l'activité en deux directions, le périmètre de la nouvelle entité ayant été jugé trop important pour relever d'une seule direction.



Air France

La combinaison de l'organisation s'effectue selon un schéma matriciel de responsabilités croisées fonctionnelles et hiérarchiques qui mélangent pour chaque domaine concerné des cadres de KLM et d'Air France, jusqu'au niveau de management N-3.

La Direction a tenu à réaffirmer que ce projet se mettrait en œuvre dans le respect :

- des engagements pris en matière d'évolution des effectifs et de maintien des quatre sites existant actuellement (Amsterdam, Paris, Toulouse et Valbonne),
- de la répartition des tâches entre Air France et KLM, précédemment définie dans le cadre de ITHACA,
- de la stratégie de recours à la sous-traitance,
- des partenariats stratégiques,
- des grands principes d'architecture.

Pour l'expert mandaté par le CCE, si un rapprochement des deux directions est incontournable compte tenu des buts poursuivis, il n'en reste pas moins que les choix effectués sont porteurs de certaines difficultés :

- La complexité d'organisation introduite par le schéma matriciel qui croise responsabilités fonctionnelles, responsabilités hiérarchiques KLM et Air France va nécessiter un temps d'appropriation important. Il est de ce fait à craindre que les grands projets communs actuellement lancés ne soient quelque peu ralentis.
- Un des facteurs essentiels de réussite réside dans l'implication du responsable hiérarchique. Il sera le porteur de la stratégie du Groupe, stratégie définie par le responsable fonctionnel, parfois issu de KLM : il sera également responsable du travail de son équipe. une situation très inconfortable, mal vécue dans d'autres directions (Cargo notamment).

■ UN PROJET STRUCTURANT PORTEUR DE NOMBREUSES INQUIÉTUDES



Air France

Les premiers retours des directions combinées (le Cargo, l'International et Pays-Bas, ex Commercial International) mettent en évidence les difficultés de fonctionnement liées à ce type d'organisation : complexité de la gestion au quotidien dans des organigrammes matriciels où beaucoup ont encore du mal à se retrouver, mise à l'écart des salariés ne maîtrisant qu'imparfaitement l'anglais, difficultés de travailler en commun alors que les statuts, les conditions de travail et les conditions de rémunération sont fondamentalement différents. Le caractère soutenable d'un tel schéma organisationnel a été ainsi clairement mis en cause.

Ces retours d'expériences ont trouvé un écho certain aux inquiétudes des représentants du personnel de l'Informatique. La nécessité de mise en place d'un top management commun, qui prenne des décisions claires devant s'appliquer à tous et réalisant les arbitrages nécessaires tant au niveau stratégique qu'opérationnel, n'est pas remise en cause. Mais la combinaison des niveaux inférieurs de management a été dénoncée comme porteuse de complexité contreproductive.

Derrière cette option, il est fort probable que la Direction tente de faire porter le choix et les conséquences des répartitions d'activité entre Air France et KLM sur les niveaux intermédiaires d'encadrement, ce qui serait ingérable.

Par ailleurs, compte tenu du contexte de crise actuel, ce projet organisationnel ne peut être dissocié de la présentation actualisée du plan industriel et stratégique de l'Informatique. Or, la Direction n'a répondu à aucune des questions posées par la Session dès septembre 2008 dans ce domaine. Notamment, les représentants du personnel ne disposent d'aucune visibilité sur l'Informatique de KLM, tant en termes de structures des effectifs (grandes disparités a priori entre les deux compagnies dans les équilibres IMO/développements/production) que de politique de sous-traitance.

■ UN PROJET PLOMBÉ PAR LA CRISE

Depuis la fin des années 90, Air France a développé des outils informatiques puissants qui ont accompagné et soutenu son développement en tant que Compagnie major. Depuis quelques années, certains de ces outils se sont banalisés et leur mise à jour s'est traduite par un choix d'externalisation, et par l'achat de produits clefs en main présents sur le marché. C'est le cas notamment d'Altéa (à AMADEUS) et Syrax (à Lufthansa Systems) récemment présentés à la Session.

Pour la Direction de la DGSI, ce mouvement est inéluctable

mais s'accompagne, ou va s'accompagner, de l'émergence de nouveaux champs d'innovation où les développements internes joueront pleinement leurs rôles. D'où un discours rassurant sur le maintien des effectifs et des différents sites de la DGSI. Mais ce mouvement est-il si naturel ? Il n'est en effet pas du tout certain que, suite aux grands projets actuellement en cours, d'autres viennent prendre le relais. Ce risque est d'autant plus grand, que la crise actuelle et la recherche d'économies qui en découle, ne semble pas du tout propice à l'innovation (qui va de pair avec prise de risques et nouveaux coûts...).

Dans ce contexte, la nouvelle organisation combinée renforce les contraintes à termes de la fonction informatique. Certes, la Direction s'engage à respecter l'existence des quatre sites informatiques du Groupe, mais sans connaissance des charges de travail de ces sites cet engagement ne repose que sur des fondements politiques. Et on sait que ces derniers sont susceptibles d'être remis en cause si la politique change, ou si la crise s'accroît ! La seule garantie du maintien de ces sites serait l'existence d'une charge de travail viable sur le long terme. Enfin, le plan d'accompagnement présenté dans le cadre de ce projet est apparu très léger. Des enjeux majeurs de professionnalisation, mobilité et mobilisation des compétences y sont à l'œuvre et il convient de les traiter comme tels, ce qui ne semble pas pour l'instant être le cas.

UN PLAN INDUSTRIEL ET STRATÉGIQUE INDISPENSABLE

On l'aura compris, le projet présenté a généré une grande inquiétude au sein des commissions, tant sur les plans stratégique et économique que social. La Direction estime ne pas avoir le choix. L'organisation qu'elle propose serait la seule adéquate pour fonder les bases d'une informatique commune, compte tenu des difficultés rencontrées depuis 2004 pour travailler de concert entre les deux compagnies.

Ce discours n'est pas suffisant pour gommer les problèmes liés à l'évolution future des charges de travail et donc à la viabilité des sites et le maintien de l'emploi.

Seule, la présentation du Plan Industriel de l'Informatique permettra de donner une lisibilité sur la façon dont seront partagées les responsabilités entre la France et les Pays-Bas, entre les équipes qui travaillent à Paris, Valbonne et Toulouse en matière d'informatique, et les équipes qui travaillent à Amsterdam.

Ainsi, la session s'est prononcée majoritairement contre ce projet.

Projet d'évolution de l'informatique du Groupe

RÉSULTATS DU VOTE

CONTRE : 5 CFDT, 2 FO,
1 CGT/UGICT-CGT.

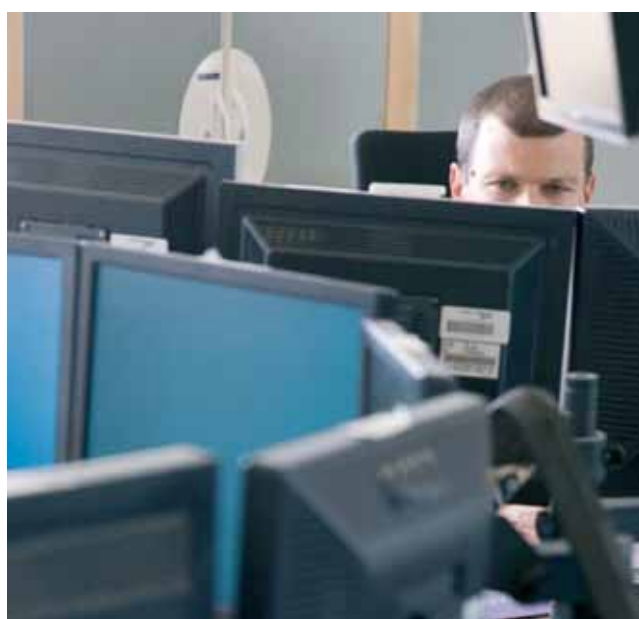
ABSTENTIONS : 2 CFE-CGC.

VOTE ASSOCIATIF :
CONTRE : CI-FO.



CONCORDIA

Le projet Concordia renforce l'externalisation des développements informatiques. Il s'agit en effet, avec ce projet, d'acquérir une solution de traitement des recettes commerciales sur le marché plutôt que d'en développer une nouvelle en interne. L'intérêt économique et la pertinence stratégique de l'opération restent à démontrer.



Air France

UN BREF RAPPEL HISTORIQUE

Peu après la création du Groupe Air France-KLM, un état des lieux de ses diverses applications a été réalisé. Pour le domaine du traitement des recettes commerciales passage⁽¹⁾, chaque compagnie avait son propre outil : STAR, pour Air France, IMPALA pour KLM. En 2005, le comité stratégique du Groupe (SMC) souhaite qu'un seul outil traite les recettes commerciales du Groupe et qu'il soit basé sur le produit Air France (STAR). C'est ainsi que deux gros projets sont lancés ; l'un pour mettre à niveau l'outil (le projet «Grande Visite Star» ou GV Star), l'autre pour traiter l'intégration de KLM dans le produit (STAR AF-KL, ou projet STAR Convergence). Les études de faisabilité se sont terminées en 2007 et ont défini un coût de projet très important, bien au-delà de ce qui était envisagé (34,9 M€ en coût global versus 18,6 M€ initialement). Des solutions alternatives ont alors été recherchées sur le marché.

Au terme d'un appel d'offre pour ce projet, le produit SIRAX de Lufthansa System est alors retenu pour les deux compagnies. Il serait d'un coût bien moins élevé, et bénéficierait des grandes évolutions de l'industrie.

UN COÛT RÉEL DIFFICILE À ESTIMER

Il n'est pas sûr qu'à l'arrivée le coût du projet CONCORDIA soit inférieur au projet initial STAR Convergence. Les coûts du projet ont en effet tendance à dériver avec la multiplication des travaux à réaliser pour adapter SIRAX au «paysage» du Groupe. Ce coût s'élève actuellement à 24.5 M€, au-dessus du coût prévu initialement dont le montant n'a pas été communiqué, signe qu'il s'agit d'un sujet sensible.

Cependant, l'important est peut-être ailleurs. SIRAX est le produit du principal concurrent d'Air France, Lufthansa. Or, certaines fonctionnalités développées par Air France et représentant un avantage concurrentiel, vont être ajoutées au produit de base, et donc portées à la connaissance de Lufthansa et des autres compagnies utilisatrices. La solution finalement retenue par la Compagnie fait donc courir le risque d'une transmission de son savoir-faire au profit notamment de son principal concurrent...

IMPACT SUR L'EMPLOI

En terme de répercussions organisationnelles, SIRAX impacte exclusivement les recettes commerciales et les services financiers décentralisés (car la comptabilisation est intégrée aux processus de traitement de la recette commerciale). Au total, c'est une vingtaine de postes qui disparaît dont 13 EQTP (Equivalent Temps Plein) dans la fonction financière et 7 EQTP à la Direction des Recettes Commerciales de Toulouse. Les réductions de postes envisagées se feront par non remplacement des départs en retraite.

Les effectifs de la Direction des Systèmes Informatiques ne paraissent pas impactés par SIRAX. Cependant, la refonte du SI des recettes commerciales s'ajoute à la liste des projets informatiques sous-traités. La DGSI a perdu 2.5 % de ses effectifs en un an et désormais 54 % de son activité est sous-traitée. Avec, à chaque fois, la même question : pourquoi préférer une solution du marché à une solution interne, alors que l'intérêt économique et stratégique peut se discuter ? Comme pour le projet de combinaison des informatiques AF et KLM, la question fondamentale est bien celle du plan industriel de la fonction informatique, que la session ne cesse de réclamer. Alors que la Direction s'était engagée en septembre 2008, cette présentation est depuis sans cesse retardée.

Pourtant, la question est bien celle de la place de l'informatique dans la stratégie de la Compagnie : l'informatique est-elle toujours stratégique ? Et si tel est bien le cas, quel est le contenu des développements «maisons» futurs ? De la réponse à ces questions dépend le devenir des informaticiens de la Compagnie et également de sa compétitivité.

Concordia

RÉSULTATS DU VOTE

CONTRE : 5 CFDT, 2 CFE-CGC, 2 FO,
2 CGT/UGICT-CGT,
2 UNSA/SNPAC.

VOTES ASSOCIATIFS :
CONTRE : 1 CFTC, 1 CI-FO.

Assurance auto : roulez vert et moins cher ! ...

Modifier ses comportements pour préserver l'environnement devient une nécessité. Et en matière de transports, on peut faire beaucoup... La GMF encourage les initiatives par des tarifs très attractifs.

On assiste à des changements de comportements durables des automobilistes français : 56% affirment rouler moins vite pour consommer moins de carburant, 39% disent moins utiliser leur voiture ⁽¹⁾. Apparition de voitures hybrides, biocarburants, promotion du concept d'éco-conduite pour utiliser moins d'essence... Beaucoup plus qu'une mode, « l'écologie au volant » s'accompagne d'incitations fortes de la part des pouvoirs publics, comme en témoigne la mise en place, fin 2007, du bonus écologique.

ÉCOLOGIE ET ÉCONOMIES

Afin de soutenir ces comportements citoyens sur la route, la GMF a conçu AUTO PASS, un contrat d'assurance doté de garanties innovantes, à des

Marc Tellier, spécialiste auto à la GMF « les + qui vous font gagner de l'argent »

* A la GMF, nous sommes bien conscients que les modes de vie ont évolué et que les comportements en matière de transports ont changé... Nous en avons tenu compte en concevant notre produit AUTO PASS. Avec le tarif ECO PASS, les usagers des transports en commun bénéficient d'une réduction de 10% sur leur cotisation ⁽²⁾. Cette réduction, ils peuvent la cumuler avec le tarif Bio Bonus, soit -5% supplémentaires pour les propriétaires de véhicules propres ⁽³⁾. Enfin, les petits rouleurs ne sont pas oubliés : ils profitent d'une ristourne de 10% sur leur prime s'ils font moins de 5 000 km par an en usage privé avec leur véhicule. Ajoutons que ces réductions s'effectuent sur la totalité de la cotisation, et non sur la seule responsabilité civile, comme cela arrive souvent... ».

tarifs adaptés à ces nouveaux usages. Petits rouleurs, utilisateurs des transports en commun et conducteurs de véhicules propres bénéficient de réductions significatives sur leur prime d'assurance. Au total, il est possible de vraiment réduire son budget assurance auto.

Economies d'énergie et mesures en faveur de l'écologie riment souvent avec maintien du pouvoir d'achat. C'est le cas à la GMF !

(1) source : Union française des industries pétrolières.

(2) sur présentation pour le conducteur principal (ni étudiant, ni lycéen) d'un abonnement annuel payant.

(3) véhicules de moins de 5 ans émettant moins de 120 g CO₂/km.

(4) depuis le 4/12/2008 et jusqu'à fin 2009, sauf disposition contraire.



Serec Communication - Photo Getty Images

LE BONUS ÉCOLOGIQUE : COMMENT ÇA MARCHE ?

Le bonus écologique est l'une des incitations aux économies d'énergie lancées par les pouvoirs publics. Il est fondé sur les émissions de CO₂ des véhicules neufs :

- L'acquéreur d'un véhicule propre, c'est-à-dire qui émet moins de 130 grammes de CO₂ au km (soit environ 45% des ventes de voitures en 2008), peut percevoir, selon le type de voiture, de 200 à 5 000 € de bonus. Si, de plus, il met à la casse une auto de plus de 10 ans, il peut prétendre au super bonus de 1 000 € ⁽⁴⁾.

- A contrario, les achats de véhicules polluants (plus de 160 grammes de CO₂/km) sont pénalisés jusqu'à 2 600 €.

