

Trust Together, un nouveau plan de vol

Bureau Central, le 4 novembre 2016 - n° 20/16

« c'est un projet qui ne laissera personne au bord de la route »

Lors du dernier CCE, Jean-Marc Janaillac a commencé sa présentation en précisant que face aux difficultés l'immobilisme n'était pas une alternative. Selon lui, il n'y a pas d'avenir dans l'attrition. Son projet est donc construit sur une croissance annuelle entre 2 et 3 % jusqu'en 2020. Appuyé sur une attitude offensive du long-courrier, ce projet passe par une amélioration de notre performance opérationnelle et de la connectivité de nos Hubs, le développement du point à point au départ de notre marché national, le renforcement de notre activité maintenance, la défense de notre activité cargo, l'enrichissement de la relation client, la simplification des méthodes de travail, l'investissement dans les équipes, le renforcement de notre compétitivité, l'utilisation accrue de nos avions et un lobbying pour une concurrence plus équitale. L'objectif de baisse annuelle des coûts serait de 2 %.

Les angles saillants ou particulièrement nouveaux sont :

- La création d'une nouvelle compagnie (projet Boost) qui opérera sur des lignes moyen et long-courriers. Mi loisirs, mi business, cette future filiale devra rendre rentables des lignes actuellement déficitaires, permettre d'en ré-ouvrir d'autres et défricher des lignes qu'Air France ne peut économiquement ouvrir. Elle sera implantée sur les lignes moyen courriers pour protéger Air France sur le HUB de CDG. Elle permettra d'innover et aura ainsi un rôle de laboratoire. En offrant un niveau de service comparable à Air France, tant en termes de qualité que de professionnalisme des équipes, elle fera partie intégrante de notre stratégie d'alliance par la possibilité de code-share. Sur le modèle de Transavia, elle intégrera des PNT Air France avec des conditions d'emploi différentes et des PNC recrutés directement aux conditions de la filiale. Par contre, les personnels au sol seront partie prenante de son activité (vente, entretien, exploitation en escale, etc).
- La protection de notre marché national s'appuiera sur Transavia pour le développement d'une offre Europe au départ de France et sur le marché intérieur (pour les lignes fortement déficitaires ou attaquées). Il y aura une rationalisation du nombre de compagnies du groupe AF sur le réseau court-courrier.
- Le renforcement de l'activité Maintenance AFKL (deuxième acteur mondial). Dans un objectif de valorisation de cette activité, Jean-Marc Janaillac demande une étude sur un modèle de filiale détenue à 100 % par le Groupe AFKL.

Jean Marc Janaillac affiche une vraie ambition RH afin de restaurer la motivation et la cohésion interne qui passe par le développement personnel des salariés et une vision de l'avenir de leur métier, une stimulation de la capacité d'initiative et d'innovation, un « travailler ensemble » à développer et un dialogue social modernisé et plus confiant.



Nos commentaires :

Très attendu par tous les salariés, le projet « Trust Together » se veut offensif et se construira au fil des mois à venir. Nous manquons pour l'instant de détails, mais les grandes lignes sont données. Le manque de confiance et la démotivation des équipes ont été pris en compte dans l'approche RH que désire insuffler Jean-Marc Janaillac. Sans l'adhésion des personnels et sans cohésion, pas de projet possible. Nous construirons notre confiance au fil des négociations à venir et par la concrétisation sur le terrain d'une vraie ambition RH.

La similitude des produits et de l'offre entre la maison-mère et sa filiale nous amène à être vigilants sur la possible tentation de transfert d'activité de l'une vers l'autre. Le niveau social des emplois sera déterminant sur la levée de boucliers des PN. Créer une nouvelle structure dont la seule différence avec AF est un gain sur les PNC ne semble pas crédible.

Même si Jean-Marc Janaillac s'est engagé sur la présence des personnels au sol dans l'exploitation de la nouvelle compagnie, cela mérite d'être détaillé. De nombreuses questions se posent encore sur les périmètres d'activité, l'image du produit Air France, le positionnement de nos marques et l'évolution des réseaux court et moyen courriers. Les annonces de redéploiement de Transavia et du positionnement de la nouvelle compagnie sont encore trop floues. Se recentrer sur le client reste, selon nous, une priorité mais brouiller l'offre et le produit sur le marché français peut s'avérer catastrophique. Protéger notre long-courrier par la maîtrise de l'alimentation de nos Hubs et par la défense de nos marchés est une bonne chose. Pourquoi investir sur une ligne Munich/Porto avec un retour sur investissement nul, voire négatif, alors que notre activité majeure nécessite des investissements d'un niveau que nous sommes incapables de financer ?

L'étude qui sera menée concernant la Maintenance reste pour nous un danger à terme. On a vu ce qu'il est advenu de Servair. Tout ce qui est valorisé a un prix. Tout ce qui a un prix est vendable. Pour Force Ouvrière, la filialisation n'est pas une option ! Les salariés de la DGI sont et resteront des salariés Air France. De plus, les résultats positifs de la DGI sortiraient des résultats d'Air France pour glisser vers la Holding !

Force Ouvrière a rappelé la nécessité de négociations sur les périmètres du sol alors qu'elles ont déjà commencé sur le Point à Point.

En préalable à la mise en œuvre des projets, FO ne peut envisager de simples concertations. Les délégués Force Ouvrière œuvreront lors des négociations afin d'obtenir des garanties sociales et de périmètre. Il reste la question du financement de cette ambition. Nous veillerons à ce qu'il ne pèse plus sur les salariés.

Christophe Malloggi
Secrétaire Général