



AF 161128189

Roissy, le 28 novembre 2016

TRUST ? TOGETHER ? CHICHE ?

Le 3 novembre dernier, Jean-Marc Janaillac a enfin présenté devant les élus du CCE les orientations stratégiques qu'il a retenues pour bâtir son plan *Trust Together*. Ce plan est censé être le résultat d'un constat partagé par tous. Nous aurions aimé aussi que M. Janaillac partage, outre le constat d'un environnement économique concurrentiel, celui de la réussite d'AF-KLM puisque les résultats cumulés des 3 premiers trimestres d'Air France-KLM sont les meilleurs depuis 2008 :

9 premiers mois	2012	2013	2014	2015	2016	Variation 2015/2016
Chiffre d'affaires (M€)	19 329	19 514	18 700	19 713	18 758	-4,80%
EBITDAR (M€)	1872	2167	1919	2658	2941	+10,6%
Résultat d'Exploitation (M€)	-157	183	40	666	955	+43,4%
Marge (cts/sko)	-0,05	0,11	0,04	0,4	0,47	+17,5%

Évolution des résultats des 3 premiers trimestres du Groupe Air France-KLM entre 2012 et 2016
SKO : Sièges Kilomètres Offerts

Conservant une vision anxiogène digne de ses prédécesseurs, M. Janaillac a occulté dans ses annonces nos atouts : Air France-KLM est l'un des leaders mondiaux du transport aérien grâce, entre autres, au plus important réseau entre l'Europe et le reste du monde, au double hub de CDG et AMS, aux alliances dont Skyteam, ainsi qu'à la montée en puissance de la Maintenance, très rentable (numéro 2 mondial)...

M. Janaillac a affirmé vouloir capter une part de la très forte croissance du transport aérien. Mais pour qui : Air France, KLM ou les filiales du Groupe ? Actuellement, ce sont KLM et Transavia qui bénéficient de la croissance du Groupe AF-KLM, dégradant toujours plus les équilibres fixés lors de la fusion entre les compagnies. M. Janaillac annonce une négociation sur le sujet, il est grand temps puisque l'écart ne cesse de se creuser entre KLM qui augmente le nombre de sièges vendus à bord de ses avions et Air France qui baisse le sien.

10 premiers mois 2016	SKO CC / MC	SKO LC	Total SKO
KLM	+ 5,20 %	+ 3,10 %	+ 3,50 %
Groupe Air France	- 2,10 %	- 1,40 %	- 1,50 %

Évolution des SKO entre le Groupe Air France et KLM de janvier à octobre 2016

Le repli n'est pas une option !

Face à cette situation, M. Janaillac a donc présenté un plan qui, rappelons-le, n'est aucunement issu de la négociation. Si le PDG a souhaité écouter ses personnels, pour l'heure le projet *Trust Together* n'est pas le fruit du dialogue social.

Il a, lors du CCE, fait une première description de son plan en 9 axes :

1. Enrichir la relation avec les clients et mieux en tirer profit

La relation client est le cœur de notre activité : elle ne peut se limiter à Internet et aux SMS. Nous avons besoin d'agents au sol comme en vol au contact des passagers.

2. Renforcer notre compétitivité et l'utilisation de nos avions

L'amélioration de la compétitivité ne saurait se résumer à la baisse de la masse salariale. La réalisation de Transform par l'ensemble des salariés n'a pas empêché l'attrition ! M. Janaillac nous a écoutés, mais nous a-t-il entendus ? En pointant du doigt certains personnels et en excluant d'autres populations de son projet, il retrouve les errements de ses prédécesseurs.

3. Afficher une vraie ambition RH et simplifier nos organisations et modes de travail

M. Janaillac annonce des principes auxquels nous pouvons adhérer comme « *la motivation, l'engagement et la reconnaissance des salariés* » ou « *simplifier et moderniser nos modes de fonctionnement* ». Mais la seule action concrète envisagée est la digitalisation. C'est-à-dire l'achat de nouveaux outils informatiques pour supprimer encore des agents et le lien humain avec nos clients.

4. Reprendre l'offensive sur LC

Par le biais d'une filiale (projet *Boost*), reprenant pour 70% de son activité des lignes Air France, avec du PNC sous-traité directement à des conditions dégradées et des pilotes Air France volontaires avec des conditions d'utilisation et de rémunération « *adaptées* », en espérant que ce ne soit pas un euphémisme pour « *dégradées* ».

Quant à la piste, seul le RZA (Responsable Zone Avion) reste AF, tous les autres intervenants seront employés par des sous-traitants. M. Janaillac affirme qu'aucun licenciement et transfert contraint n'aura lieu. Encore heureux ! La création de cette filiale est dangereuse puisqu'à l'avenir la direction pourrait être tentée de la développer au détriment d'Air France, à l'image de Transavia ou KLM.

5. Gagner en performance et en connectivité sur les hubs

Le hub fonctionnerait moins bien. Du coup, sur fond « d'hyper concurrence », M. Janaillac veut également étendre le projet de filiale *Boost* au Moyen Courrier (20% des lignes AF en 2020), avec les mêmes risques pour la maison mère.

6. Développer nos marchés point-à-point au départ des « home markets »

Le développement du projet Transavia Europe, bébé de Juniac, est officiellement abandonné.

Bien que présenté comme une simplification pour le point-à-point, le projet manque de clarté. Le réseau domestique sera confié à « HOP ! Air France » et Transavia. La marque Air France disparaîtra d'Orly au nom de la « *simplification du portefeuille de marques* ». Enfin, afin d'être certain de faire place nette, M. Janaillac veut dénoncer les accords de périmètre. Nous serons vigilants quant au fait qu'il n'y ait pas de concurrence intra-groupe, ce qui serait un non-sens !

7. Renforcer la croissance de notre activité maintenance

Sous prétexte de devenir un leader mondial de la Maintenance (que nous sommes déjà), M. Janaillac lance une étude sur la filialisation de cette activité à l'instar de ce qu'à fait Lufthansa. Cette réflexion est basée sur des arguments purement financiers (valorisation de l'activité, capacité d'emprunt). Voire un laboratoire social ? Allons-nous, comme le fait LH, vers des délocalisations massives ?

Une aumône : les agents filialisés conserveraient les GP... Les salariés de l'industriel, et ils ont raison, ne veulent pas de cette filialisation. Combien de temps resterons-nous « together » M. Janaillac ?

8. Défendre notre activité cargo en soutien de nos activités passager

Pas un mot sur l'activité cargo pure. Vive le fret en soute ! Alors que Paris Aéroport a récemment décidé de redynamiser le fret à CDG, il manque toujours la vision qui permettrait d'aller capter les opportunités.

9. Faire du lobbying pour une concurrence plus équitable

Le discours de M. Janaillac ne tranche guère avec celui de ses prédécesseurs. Nous pourrions soutenir une action visant à réduire les taxes et redevances pesant sur le transport aérien français. En revanche, il est hors de question de mettre à mal notre protection sociale sous prétexte d'économies.

Le projet de M. Janaillac n'est donc pas en l'état un projet de développement pour la compagnie Air France, mais pour ses filiales et la sous-traitance. Le développement des filiales signifie à terme le transfert de notre activité, aujourd'hui assurée par des salarié(e)s d'Air France, vers des entreprises à moindre coût. Quid de la qualité de service, de la sécurité de transport que nous apportons aujourd'hui à nos passagers ? Plutôt que de dépenser de l'argent pour le développement de filiales, pourquoi ne pas investir dans l'outil industriel Air France, fonctionnel et rentable ? Et, alors que cela devrait être la préoccupation première d'une compagnie aérienne, ce projet ne cite pas une seule fois la notion de Sécurité tant des Vols qu'au Travail.

L'intersyndicale prend acte du premier jet de ce plan. En l'état, la copie est largement à revoir.

L'intersyndicale réaffirme les revendications qu'elle défend depuis plus d'une année :

Le rééquilibrage de l'activité MC et LC entre AF et KLM ;

L'augmentation en propre de la flotte avion Air France, tant en MC qu'en LC ;

Des embauches conséquentes PS, PNC et PNT ;

Une augmentation générale des salaires (bloqués depuis 5 ans) ;

L'arrêt de la sous-traitance des lignes et activités propres à Air France.