



## CSE PILECO 21 NOVEMBRE 2023



Air France

Le 23 novembre 2023

### Marché France & Customer Service

#### ★ **Information et consultation sur le projet de grille horaire AMDE du Centre de Relation Client de Marseille**

Les grilles devaient être revues à la suite du départ d'un AMDE (Passage de 7 à 6). Le ratio AMDE/ Agents reste le même. Une grille à 90% est demandée. La grille a été construite avec la majorité des AMDE. Les salariés semblent en adéquation avec la proposition.

**Notre commentaire** : Nous insistons sur la création d'une grille à 90%. Le projet de grille a bien été réalisé en collaboration avec les AMDE et c'est pour cela que **nous votons POUR**.

#### ★ **Information et consultation sur le projet d'évolution de l'organisation des équipes groupes ventes directes et ventes tierces**

Ce projet d'évolution de la gestion de la relation client au CSE Pileco s'inscrit après une phase de réflexion et de travail. Il a été retenu une nouvelle organisation avec des entités regroupées. Vincent Colonna, Julie Faruya, Hervé Kozar et Stéphane Bocquet en sont à l'origine.

Les Ventes de Groupes en France sont 2 entités rattachées à 2 directions différentes et le but recherché est d'aller vers une entité commune pour obtenir une stratégie commerciale alignée, une simplification et une amélioration des processus, un outil métier commun « Tigre » avec un seul support d'experts et un contact unique pour le partenaire Bluelink.

Cette réorganisation a un impact social puisqu'il ne reste plus qu'un seul Responsable de Domaine groupes VD+VT auquel sont rattachés les 4 responsables Groupes, une équipe Support Groupes (référentes) regroupée et rattachée au responsable de domaine et le poste AMDE VD est lui supprimé. En revanche, tous les managers conservent leurs postes et leurs prérogatives.

Lors de la Commission Economie Emploi Formation (CEEF) de novembre la CFE CGC a demandé une pesée de poste et un passage en N4 pour tous les conseillers, avec pour principal argument une polyvalence plus importante des agents.

La réponse a été négative, la Direction et les RH considérant qu'il n'y aurait pas d'évolution fondamentale de l'activité des conseillers.

**Notre intervention** : Pour la CFE-CGC le rapprochement des services groupes VD/VT est précipité et ne correspond pas au calendrier qui avait été annoncé en juin lors de la présentation du projet d'évolution de la gestion de la relation client.

Les conseillers groupes VT craignent une perte de l'autonomie acquise au fil du temps et de la flexibilité dans leurs tâches au quotidien suite à l'annonce du rattachement au Customer Service. Il y aura fatalement du changement, notamment avec l'utilisation de Timéo.

La CFE CGC insiste, une fois de plus, sur la nécessité d'une évolution de la fiche de poste avec une pesée N4 sur les postes restants, nous en profitons pour remercier les autres organisations syndicales de nous avoir suivies dans notre démarche. Notre demande est justifiée par l'augmentation incessante du périmètre de compétences, par l'investissement des conseillers et par la technicité dont ils doivent faire preuve et qui va encore se développer avec la mise en place du projet. Le traitement exclusif des clients HC (agences ambassadrices) à venir et la nécessité d'élargir le champ des possibilités des mobilités envisagées doivent également être pris en compte dans la pesée. A travers ce projet, ce sont plus de 2 millions d'euros d'économies qui seront réalisées. Nous rappelons que les groupes sont le secteur qui va supprimer le plus de postes car il ne restera plus que 30 salariés sur 70 comptabilisés aujourd'hui.

**Réponses de la Direction :** Effectivement il sera demandé plus de polyvalence aux salariés présents. Bluelink sera amené à prendre les tâches transférées à la sous-traitance.

La Direction refuse la demande de repositionnement au niveau N4 car elle considère qu'il n'y aura pas de changement de métier mais une organisation différente.

Le service groupes, même en dépendant du Customer service, conservera un lien avec la direction du marché France. Il n'y a pas à avoir de craintes sur ce rattachement.

**Malheureusement, la direction n'ayant pas écouté notre revendication nous votons CONTRE ce projet et le maintien du poste en N3 au lieu du N4 que nous continuerons de demander.**

#### ★ **Information sur l'évolution de l'activité marketing en région**

Ce projet s'inscrit dans la continuité de la transformation de l'entreprise. La Direction le justifie par une baisse de la capacité du réseau domestique continue sur la saison hiver 2023/2024, des ventes online en forte augmentation, une centralisation des campagnes publicitaires et une baisse des partenariats.

L'objectif est de garder une représentation Marketing en région en ne conservant que le chargé de marketing, de se recentrer uniquement sur des actions et partenariats à forte valeur ajoutée, et enfin de s'appuyer de plus en plus sur les équipes marketing en central. Un accompagnement RH et managérial avec soutien individualisé est déjà en cours et Frédéric Descours a vu les équipes. Cette réorganisation génère une refonte de la fiche de poste du chargé de marketing. Au bilan, 3 postes de cadres sont supprimés (marketing managers) et un accompagnement personnalisé est prévu pour les salariés concernés.

**Notre intervention :** les avenants de mobilité des marketing managers sont passés de 2 ans à 1 an en juillet dernier. Début novembre, elles apprennent que leur poste est supprimé. Quel sera réellement l'accompagnement de ces salariés en termes de mobilité et d'accompagnement financier ?

Nous dénonçons le jeu de non-transparence de la part de la Direction sur ce dossier tel que la modification de l'avenant à la mobilité de 2 salariés cadres quelques mois auparavant, et qui vient coïncider avec la date de suppression de leurs postes. En effet l'accompagnement d'une fin de mobilité classique n'est pas comparable à un accompagnement à la suite d'une suppression de poste quand l'avenant de mobilité a, qui plus est, été réduit.

Nous demandons également une nouvelle pesée de poste de « chargé de marketing » afin de le revaloriser de N4 vers N5. En effet, nous considérons que les tâches et prérogatives des cadres seront transférées en partie sur le poste des chargés de marketing. Nous en profitons pour demander également le nouvel intitulé « attaché de marketing » sans mobilité.

**Réponses de la Direction :** Une cartographie des tâches effectuées en région a été réalisée. Ce sont les tâches à faible valeur ajoutée qui seront supprimées.

**La Direction est ouverte à notre suggestion d'une pesée de poste de N4 vers N5 y compris l'intitulé de la fiche de poste en « Attaché de Marketing ».** Un complément de recensement des tâches est effectué en ce moment et une pesée du poste sera faite car il y a une vraie réorganisation du métier.

Un accompagnement personnalisé et individualisé sera apporté aux salariés concernés par la mobilité. Les salariés sont très appréciés par leur Direction (***pas de détail sur cet accompagnement, nous solliciterons à nouveau la Direction et les RH sur ce sujet jusqu'à l'obtention de réponses concrètes***).

Les Directeurs des Ventes vont jouer un rôle important dans la nouvelle organisation marketing.

Les avenants de mobilité ont été changés pour une mise en conformité et une homogénéisation globale au sein de l'entreprise, ce n'était pas en corrélation avec le projet marketing mais pour toutes les nouvelles mobilités.

L'application des règles de l'entreprise en termes de mobilité sera appliquée à la date en vigueur au moment du départ des salariés concernés. (Négociation accord Gestion des Emplois et Parcours Pros en cours, même si actuellement les avenants sont hors accord mais dans la convention PS).

Une nouvelle information sera apportée aux instances une fois la nouvelle pesée réalisée.

## Les Informations du Président

### **Les résultats**

- 4 milliards 450 millions de janvier à octobre avec un index à 101 vs 2019.
- VD continue à bien performer et la VT se redresse légèrement, avec une timide reprise du trafic Corporate.
- Les agences de voyages online (OTA) continuent à bien marcher avec un index à 106 iso 2019.
- Le long courrier tire vers le haut les engagements, qui sont supérieurs à la capacité pour la période décembre à février 24. C'est le Canada qui pousse cette tendance avec une forte augmentation de capacité et 4 destinations (Montréal, Toronto, Ottawa et Vancouver). L'Asie progresse mais reste en sous capacité vs 2019 (index 78). Malgré les événements en Israël, le Moyen Orient résiste bien grâce à Dubaï et Abu Dhabi.
- Sur les DOM, tous les indicateurs sont au vert (recette, passagers et taux moyen coupon). Seul bémol, si les engagements sont bons pour novembre, ils sont légèrement en deçà de 2019 pour la période décembre à février 24.

### **Infos diverses**

- Production du SAF pour Air France/ KLM à travers une participation de 4,7 millions USD dans DG Fuels. Cette prise de participation capitalistique renforce encore l'implication d'Air France-KLM dans le développement d'un marché mondial des carburants d'aviation durable.
- De nouveaux menus sont servis en cabine « La première » et « Business ».
- La campagne des EAP est ouverte depuis le 14 novembre.

### **Nominations Siège & Supports**

- Nomination d'Emmanuelle GAILLAND comme VIP Compliant officer AF-KL, ce qui atteste la volonté du Groupe de renforcer ses principes de conformité.

## Nos interventions

Il y a des rumeurs de la fermeture du coworking à Bordeaux. Qu'en est-il ?

Les demandes d'échanges PFA contre congés sont en forte augmentation sur le Marché France notamment dans des services où les conseillers se disent épuisés par les objectifs qui leurs sont fixés. Il y a eu des refus. Est-il encore possible de faire une demande de congés sans solde pour ceux qui seraient intéressés ?

La pose de congés sur le CET est-elle toujours d'actualité ?

Nous avons appris en octobre à titre d'information, qu'Air France-KLM et Apollo Global Management avait signé un "accord définitif" pour que le fonds d'investissement injecte 1,3 milliard d'euros dans une nouvelle filiale adossée au programme de fidélité Flying Blue. Pourriez-vous nous donner, en quelques mots, les raisons de la création de cette filiale ? Quels sont les avantages pour Air France ? Quels sont les bénéfices pour Apollo ? Comment se rémunère Apollo à travers cette filiale ?

Nous revenons sur une question, déjà posée dans le CSE de septembre, concernant notre demande de prise en charge du ticket d'admission pour les salariés d'origine Air Inter sur le restaurant de la Barigoude.

## Réponses de la Direction

Les demandes PFA contre congés n'ont pas toutes été acceptées et les congés sans solde sont à la main des managers.

Les rumeurs de fermeture du coworking sur Bordeaux sont infondées.

Les RH confirment que la pose de congés dans le CET est possible, puisque l'accord est toujours en vigueur.

Un point sera fait sur le dossier Flying Blue , dans un prochain CSE début 2024.

Concernant les ex IT, le sujet est toujours en cours d'investigation.

## Informations du Bureau du CSE Pileco

Le 1er décembre sera envoyé le chèque cadeau de 100€ à chaque salarié.

## Vos élus CFE-CGC

### CFE-CGC Air France

Roissypôle Le Dôme - 6, rue de La Haye - 93290 Tremblay-en-France  
(+33)1.41.56.04.70 - [dome.cfecgcaf@gmail.com](mailto:dome.cfecgcaf@gmail.com) - [www.cfecgcaf.org](http://www.cfecgcaf.org)



CFE-CGC Pilotage Economique : [cfecgc.pileco@gmail.com](mailto:cfecgc.pileco@gmail.com)

<https://cfecgcaf.org/entite/pilotage-economique/>