

# Centres Ligne Directe

## Assez de langue de bois !

C'est l'inquiétude et la colère qui dominent chez les cheminots des Centres Ligne Directe. Entre les discours de Mireille FAUGERE (directrice de Grandes Lignes) qui minimise la situation sur les effectifs et la réalité vécue par les agents des Ligne Directe, il y a un décalage énorme! Les cheminots des CLD ne peuvent plus supporter les menaces qui planent sur leur avenir depuis le début de l'année 2004.

### Episode 1, mars 2004

Lors de la Commission Professionnelle Centrale voyageurs du 16 mars 2004, la direction Grandes Lignes (VFE pour les "branchés") **annonce la suppression envisagée de 30 postes répartis sur les 9 plaques**. Dans le même temps, on constate que la réalité est bien différente sur les centres; les projets de suppression annoncés étant bien supérieurs à ce chiffre !

#### exemple : la plaque de NANTES

Alors que la direction Grandes Lignes n'annonce aucune suppression sur la plaque de Nantes (sites du MANS, de NANTES, de RENNES et de VANNES), la région de Nantes annonce déjà la suppression de 9 postes uniquement pour Nantes et Le Mans!!!

### Episode 2, juin 2004

Cette même direction GL annonce lors de la C.P.C du 10 juin 2004 qu'il faut **envisager la suppression de 70 postes supplémentaires ?**

Comme on navigue dans l'approximatif certains dirigeants de Grandes Lignes/VFE considèrent que les 26 suppressions de postes de la plaque parisienne sont inclus dans les 70... d'autres pensent qu'ils se rajoutent aux 30 du mois de mars + les 70 de juin... Belle preuve de considération pour l'emploi des vendeurs !

Mireille Faugère affirme donc que les suppressions concernant ces 70... ou 96 postes vont se faire en douceur et par "saupoudrage" .

#### Exemple : la plaque de LILLE (AULNOYE, LILLE, DOUAI et LONGUEAU).

De deux suppressions de postes envisagées en mars sur la région de LILLE, le nombre de postes réellement supprimés est de 10 ! Avant ou après le saupoudrage estival ?

### Comment la direction justifie t'elle la baisse d'activité ?

Elle aurait sous-estimé le développement d'internet et donc surestimé les prévisions de ventes pour les centres Ligne Directe.

S'il y a inévitablement une évolution des canaux de distribution, SUD-rail refuse de cautionner les projets de la direction qui accélère cette évolution :

**exemple ①** le projet déjà avancé de "i TGV"

L'entreprise envisage la possibilité de faire circuler des rames TGV dont l'accès serait exclusivement réservé à la vente par Internet (et à deux agences de voyages). La direction n'a pas voulu s'exprimer sur ce sujet.

**exemple ②** la filiale voyages-sncf.com

Le plan d'activité voyageurs 2005 indique que le contrat de distribution avec la filiale voyages-sncf.com est bâti de manière à inciter à l'utilisation des canaux de retrait les plus économiques (EAD/billet imprimé/APV). Cela signifie que la SNCF rémunérera la filiale voyages-sncf.com à un niveau plus élevé si les voyageurs ayant réservé par Internet retirent leurs billets aux APV.

### Episode 3, septembre 2004

Le canal des centres Ligne Directe représente 9,5 % des ventes et la SNCF déclare vouloir maintenir cette part à 9 % en 2010 (dixit le magazine "Premières Lignes")...

**...Alors que tout est mis en place pour ne pas tenir cet objectif :**

**En effet, le plan d'activité voyageurs 2005 :**

- ☞ prévoit que «la réorganisation initiée en 2004 se poursuivra sur l'ensemble des centres d'appels en 2005 pour aboutir à une meilleure adéquation de la production à la demande des clients».
- ☞ fixe l'objectif pour les non tenus en 2005 à 2,9 % des heures de production.
- ☞ prévoit la création d'un serveur vocal interactif, "l'automate" des CLD. Comme pour la vente au guichet, le projet de Nouvel Espace de Vente (en place à la gare de METZ), le client sera incité pour les achats simples ou les échanges à utiliser les automates de vente.
- ☞ Dans ce fameux plan d'activité voyageurs, on apprend que la baisse importante des appels «s'explique en partie par la suppression, avec les nouveaux ACD, du supplément de charge virtuelle généré par les ré-appels». L'ACD, c'est l'autocommutateur de distribution des appels. En fait la direction fait une super opération de productivité en invoquant le changement de comportement d'achat de la clientèle. Il est à craindre que les compressions de personnels génèrent à nouveau des ré-appels.

*Alors qu'il faut sans cesse vendre plus de Train+Hôtel, de cartes 12/25, etc .avec des challenges ahurissants (à Longueau, il était même possible de gagner un poisson rouge !), la direction remercie les télévendeurs en supprimant des centaines de postes.*

**SUD-rail invite les agents des CLD et plus largement les vendeurs à discuter des actions à mener et à se mobiliser pour stopper la casse de la vente à la SNCF.**

Août / Septembre 2004