

AGENCES ET COMPTOIRS

FERMETURE GAMES :

« Puisse le sort vous être favorable ! »

Encore Et Toujours Des Fermetures ...

La CGT est CONTRE

Les années se succèdent et se ressemblent.

Cette année encore, une nouvelle saison de fermeture d'agences bat son plein.

Les nouvelles agences victimes de fermeture pour 2014 sont :

- ① Amiens du district 2 (Délégation Commercial IDF / France Nord)
- ② Illkirch du district 3 (D.R. Est).



Dans les 2 épisodes précédents : Rappelons les fermetures en 2012 de Alésia, Bastille, Cnit, Aix, Montpellier, Nancy puis en 2013 de Versailles et Bastia. Mais la longue série noire des fermetures avait déjà débuté quelques années auparavant.

Au-delà de la sempiternelle ritournelle consistant à stigmatiser des résultats insuffisants lesquels s'ils sont avérés ne sont que la conséquence d'une stratégie commerciale incitant irrémédiablement le client à éviter ce canal (depuis les fees jusqu'aux espaces libre service), les motivations de fermetures d'agences présentent souvent des arguments aussi provocants (baisse de la fréquentation, les fees ne couvrent plus les coûts) qu'arbitraires (gains obtenus sur des négociations de cessation de baux, départs en PDV, etc.).

La Direction aime à rappeler que les agences en ville portent les valeurs de la marque dans des zones de chalandise importantes, comportant un fort potentiel de clients à haute valeur.

Mais alors quel dommage d'avoir déplacé tantôt des agences dans des zones moins chalandes que leurs zones d'origine comme on l'a déjà vu ou d'en avoir fermé d'autres qui étaient particulièrement bien situées dans de telles zones stratégiques.

La Direction ne peut plus cacher que derrière tous ces blablabla, il est question à terme de tout faire disparaître à défaut de ne plus vouloir dynamiser ce canal de distribution qui ne porte pas uniquement les valeurs de la marque ... mais porte encore aussi l'emploi, le savoir faire des équipes et la valeur ajoutée qui en découle !

Depuis quelques années également, les comptoirs en escales sont également touchés par la lame de fond qui sévit dans ce canal de distribution. Beaucoup de comptoirs ont été réduits à des minima en effectif qui ne permettent même plus d'assurer une activité vente pérenne et ont déjà été polarisés en mode servicing opérationnel et back office.

Bilan 2013 au clair et Horizon 2015 Obscur ...

Bilan 2013 au clair : Les parts d'activités Loisirs, Haute Contribution, Long Courrier et Servicing sont en progression. Cela correspond au plan d'action prévu. Recul de 4 points du CA des clients fidélisés (69%). 6 nouvelles agences équipées d'espaces libre service agrandis en 2103 (nous aimerions connaître le ratio de rentabilité de ses surfaces ...) : Invalides, Maillot, Nantes, Nice, Lyon, Bordeaux qui s'ajoutent aux 3 autres agences déjà équipées : Opéra, Toulouse, Marseille.

La satisfaction des clients consolide son niveau d'excellence dans les agences.

Au global, la fréquentation se stabilise mais le CA est en régression. Dans les espaces sociétés, l'activité est soutenue (et elle se conjugue souvent avec des baisses d'effectif par ci par là suite à des départs en PDV dans



le périmètre de solidarité mais qui ne sont toujours pas remplacés).

La Direction clame que les efforts de restructuration ont porté leurs fruits ... le taux de couverture des coûts par les frais de service gagne 4 points (au top 50 des aberrations !) malgré une baisse globale du chiffre d'affaires. Les options payantes et les achats de bagages à l'avance suivent des dynamiques positives. Au final, le bilan 2013 est décliné globalement positif. Tant mieux. Mais certainement pas pour l'emploi qui ne cesse de rétrécir.

Et la Direction ajoute que des points de fragilité perdurent et conduisent à de nouvelles adaptations ... comme quoi par exemple de nouvelles fermetures ?

Concernant les fermetures d'Amiens et d'Illkirch provoquées dans les 2 cas par un fort taux de départs en PDV dans l'effectif de chacune de ces 2 équipes, les activités sont transférées (les sociétés en compte) ou pas d'ailleurs et les personnels toujours en poste sont redéployés sur d'autres sites ou entités.

La CGT revendique que tous les salariés restants de ces 2 équipes soient redéployés selon les dispositions prévues en cas de fermeture et notamment en respectant les desideratas des agents.

Il est étrange néanmoins que dans la présentation de ces 2 fermetures d'agences, la Direction communique singulièrement procéder à une fermeture pour Amiens mais pour Strasbourg, à un regroupement des agences Illkirch et Broglie. Peut-être aurons nous l'occasion d'expliquer aux clients d'Illkirch comment leur agence qui n'est pas fermée est pourtant devenue une salle de réunion ne pouvant pas les accueillir ni les servir. Même dans le monde magique de OUI OUI, un chat est un chat, bon sang !

Horizon 2015 Obscur : Concernant les comptoirs ventes en escales ...La Direction explique : Alors que la satisfaction clients se maintient, la part de servicing est prépondérante (78%) et continue de progresser et la moitié du CA est concentrée sur Paris. Or là encore, ce constat n'est que la conséquence des projets stratégiques sur les comptoirs en escales qui sont déployés depuis 2010. L'implantation des comptoirs et l'organisation du travail ont été remodelés, des espaces libre service aménagés. Dans certaines escales, les achats pour des voyages au delà du jour J se font désormais uniquement dans ces espaces libre service, c'est ainsi que la billetterie pour des départs ultérieurs a déjà été arrêtée à Nice, Toulouse et Strasbourg.

La Direction annonce que d'ici la fin de l'année et dans la continuité du déploiement du projet comptoirs escales de 2010, l'ensemble des comptoirs ventes en Métropole arrêteront la billetterie pour des départs ultérieurs sauf quelques exceptions à ce jour : Paris, Corse, Biarritz, Brest et Pau.

*En dernière minute sauf erreur rapportée, nous avons des remontées dans certaines escales que les managers locaux déploieraient déjà des consignes de ne même plus vendre pour le jour J.

Cette résolution d'arrêter les ventes dans les comptoirs en escales de province est une aberration de contre productivité. Quid des clients n'ayant pas d'AGAF dans leur zone géographique qui ne pourront plus acheter leurs billets avec un autre mode de paiement que la carte bancaire ou ne pourront utiliser leurs chèques vacances, ou encore quid des billets à réductions particulières consenties sur présentation de justificatifs vendables uniquement en Face à Face. Une telle évolution marque bien que la Direction s'inscrit en rupture totale de l'objectif de son projet central Dre@m qui consiste à mieux répondre au client et à pouvoir lui apporter toutes les réponses en couture. Le projet Dre@m bascule-t-il déjà dans le monde de OUI OUI ?

I have a dre@m ...

