

Présentation des premières orientations du plan TransForm 2015

Conformément au calendrier prévu, Alexandre de Juniac, Président-directeur général d'Air France, a présenté les 29 et 30 mars au Comité Central d'Entreprise et aux principaux cadres de la Compagnie un point d'étape du plan de transformation de l'entreprise, « TransForm 2015 ».

Les orientations présentées à cette occasion sont le résultat des travaux des sept groupes de projet mis en place pour établir un diagnostic de la situation, identifier les principaux objectifs nécessaires au redressement et proposer les pistes prioritaires pour y parvenir. Ces groupes de travail ont mobilisé plusieurs centaines de salariés de la Compagnie pendant trois mois.

Sur la base de ces recommandations, le Comité exécutif d'Air France a fixé une série d'objectifs prioritaires visant à remettre la Compagnie sur le chemin d'une croissance durable :

- **Restaurer la compétitivité**

Même si la recette unitaire de l'activité passage est meilleure que celle de ses concurrents, les coûts d'Air France restent beaucoup trop élevés. L'objectif est donc de réduire les coûts pilotables de 20% pour se rapprocher du niveau de l'industrie. Cet objectif figure dans les accords de cadrage et de méthodologie signés avec la majorité des syndicats représentatifs des pilotes, hôtesses et stewards, et personnels au sol.

- **Reconquérir les clients**

L'orientation client d'Air France est devenue insuffisante. Un plan d'action sera donc mis en œuvre afin de remettre le client au cœur de l'organisation et des processus de la Compagnie, d'améliorer les produits en s'appuyant sur des points d'excellence clairement identifiés, de développer le numérique et le e-business pour consolider le leadership d'Air France en matière de mobilité et de personnalisation, et de créer de nouveaux modèles de commercialisation.

- **Simplifier l'organisation**

Pour rendre la Compagnie plus réactive et plus agile, une nouvelle organisation sera mise en place, notamment en simplifiant les processus et les procédures, en réduisant le nombre de niveaux hiérarchiques, en améliorant les pratiques managériales et en poursuivant l'intégration avec KLM.

- **Redresser et repositionner le long-courrier**

Le long-courrier, moteur historique de la croissance d'Air France, tourne aujourd'hui au ralenti sous l'effet conjugué de la crise économique, du renchérissement du carburant, d'une pression concurrentielle plus forte et de coûts plus élevés que la concurrence.

Outre la baisse des coûts de production, qui est une priorité absolue, et le retour à l'excellence opérationnelle, notamment en matière de ponctualité, Air France doit notamment trouver les moyens de mieux répondre à la demande en croissance sur les lignes à vocation Loisirs. Par ailleurs, des investissements importants dans le produit, nécessaires pour retrouver la préférence des clients, seront réalisés mais ils sont conditionnés à la réussite du plan d'économies.

- **Restructurer le court et moyen-courrier**

Le maintien du court et moyen-courrier d'Air France est confirmé, à la condition que soient menées une profonde restructuration et une réduction drastique des coûts. L'objectif est de revenir à l'équilibre, pour le point à point dès 2013, pour l'ensemble de l'activité court et moyen-courrier en 2014.

Des premières pistes ont été identifiées et présentées. Il s'agit notamment de développer la filiale Transavia, sous cette marque ou une autre marque, afin de tirer parti d'un segment Loisirs en croissance et d'étendre le modèle « Bases de Province » au reste du réseau point à point, notamment à Paris-Orly. Par ailleurs, l'offre doit être clarifiée et optimisée dans toutes ses composantes. Enfin, l'articulation entre Air France et ses filiales régionales, actuellement sous-optimale, doit être améliorée par la création, en réflexion, d'un vrai pôle régional homogène.

Ces pistes, qui restent à détailler en lien avec les partenaires sociaux, permettront d'améliorer la performance économique du court et moyen-courrier. Cependant, des économies supplémentaires restent à trouver pour atteindre l'équilibre en 2014.

- **Accélérer la transformation en cours de l'activité Cargo**

Face à un contexte dégradé et une compétitivité insuffisante, plusieurs pistes prioritaires d'amélioration ont été définies notamment dans les domaines des achats, de la flotte, du développement commercial et via une intégration renforcée entre Air France, KLM et Martinair.

- **Développer les segments porteurs de la Maintenance**

La maintenance est une activité en croissance mais avec une compétitivité très insuffisante sur le grand entretien avion. Les pistes prioritaires doivent permettre d'en améliorer significativement la compétitivité et d'accélérer le développement des segments porteurs Moteurs et Equipement. Ainsi la maintenance contribuera plus largement encore à la rentabilité du Groupe, avec l'ambition de s'affirmer comme numéro 2 mondial.

« Le diagnostic dressé par les groupes de travail du projet TransForm 2015 doit nous conduire à transformer en profondeur la Compagnie afin d'en restaurer la compétitivité, de reconquérir les clients et nous remettre sur une trajectoire de croissance » précise Alexandre de Juniac, Président-directeur général d'Air France. « En juin prochain, nous serons en mesure de présenter le projet industriel de la Compagnie. L'objectif de réduction des coûts de 20% est un minimum ; faire moins compromettrait le redressement et l'avenir de la Compagnie. Ces efforts équitablement partagés devront être mis en œuvre sans tarder. Je suis confiant dans la mobilisation de tous les salariés et l'esprit de responsabilité des partenaires sociaux pour réussir, ensemble, à reconquérir notre place de leader. »