

OBJECTIF



Ensemble, transformons l'Île de France.

LE JOURNAL
DE SERNAM IDF

NOVEMBRE 2002

n°3

> Plan de déploiement

Le projet de transformation Île de France prévoit la délocalisation des sites de Pantin, de Chapelle, de la plateforme internationale et de Chevaleret vers deux nouveaux sites créés pour la circonstance. Le premier serait situé à Attainville au nord de Paris dans le département 95. En bordure de la francilienne, idéalement situé dans un secteur qui se développe bien, 8500 m² de bâtiments neufs, modernes et fonctionnels seront construits.

L'emplacement du deuxième site serait à Valenton au sud de Paris. La SNCF met à disposition un terrain de 8 hectares, à proximité des voies express des réseaux routiers vers le sud.

Sernam IDF souhaite mettre à profit la fin de l'année 2002 et l'année 2003 pour préparer avec l'ensemble des acteurs de l'entreprise la mise en œuvre de la nouvelle organisation.

Transformer une entreprise implique des modifications dans les schémas de production, or ce type de changements a un impact au niveau social. Toutefois, s'empresse de rassurer Lucien Langot, "l'enjeu du volet social de notre plan n'est pas la suppression de postes mais la mobilité des salariés ; nous voulons tout mettre en œuvre pour trouver une solution pour chacun et ainsi éviter des licenciements".

Des séminaires ont été organisés pour l'encadrement les 24 / 25 septembre et les 3 / 4 octobre. "Tous les acteurs de l'encadrement doivent servir de



relais d'informations pour expliquer aux salariés comment les choses vont se passer", indique Lucien Langot. Ils viendront ainsi compléter les autres moyens mis en place pour assurer une communication efficace. Au cours de ces séminaires, l'encadrement a pris connaissance de la mise en œuvre détaillée du plan de déploiement et a pu faire des propositions sur les actions à mener au sein des agences et de la région pour gérer la période de transition, notamment dans le domaine social, des relations humaines et du management.

"Au delà de l'encadrement, nous voulons associer l'ensemble des acteurs concernés pour définir l'accompagnement qui permettra d'optimiser la mobilité au sein de la

région, en tenant compte le plus possible des attentes et des contraintes des salariés", ajoute Gwenaëlle Grill, DRH de la région IDF. "C'est pourquoi nous avons proposé aux représentants élus du personnel une démarche de travail, formalisée dans une "charte de méthode", qui va au delà des obligations légales et qui associe l'écoute des salariés et la concertation avec les représentants du personnel".

La démarche d'accompagnement social du plan de déploiement servira de base à la reconstruction de la région IDF afin de la rendre plus performante économiquement.

La 1^{re} étape de cette démarche repose sur la réalisation d'entretiens de perception auprès des personnels des agences dont la l'activité serait délocalisée.

sernam

> Eric Bele, nouveau responsable des activités internationales



Eric Bele a pris la direction des activités internationales de la région IDF le 13 septembre 2002. Un univers qu'il connaît très bien puisqu'il a travaillé pendant treize années chez Danzas dans le département international. Parlant plusieurs langues, passionné par le transport, il compte bien réussir dans sa nouvelle tâche. " Mon objectif est de remettre en route la machine ". Il a identifié pour l'instant quatre points clés. Son premier souci est de construire un nouvel esprit d'équipe en mettant à plat le fonctionnement de l'agence. Motiver les personnes et les réunir autour des mêmes objectifs lui semble impératif.

Ensuite, il s'agit de faire connaître le produit international SERNAM à la clientèle et de faire adhérer cette démarche à notre Force de Vente. " Sernam étant un acteur de taille dans le transport, je ne vois pas de raisons pour que nous ne trouvions pas notre place sur le marché parmi les autres concurrents ". Parallèlement à cette vocation, la plate-forme Ile de France apporte dans le domaine du transport international un Service Relation Clients à notre réseau d'agences. Enfin, il veut analyser le fonctionnement de l'agence afin d'identifier les sources de dysfonctionnements et restaurer la rentabilité.



" Le transport est un métier d'humains et de contacts. Il n'y a pas de routine et la remise en question doit être quotidienne. La relance des activités internationales est un beau challenge. Je suis vraiment motivé ", conclut-il.

> Plan de transformation Agences

Pour Pantin, l'avenir se lève au Nord et permet au Sud de se développer

Pantin est l'une des principales agences du réseau. Pourtant les constructions héritées de la SNCF sont mal adaptées à l'activité.

Les nouvelles agences, bénéficieront d'infrastructures modernes, en phase avec les exigences de qualité, de productivité et de sécurité de l'exploitation.

Un quai de messagerie en forme de 7 : c'est jusqu'à présent l'une des particularités de l'agence de Pantin. " C'est sans doute très pittoresque, mais je crois que les chauffeurs et les manutentionnaires se passeront très facilement des contraintes de déchargement que cela leur impose ", explique Alain Kreel, Directeur de l'agence.

La distance entre les travées et l'emplacement réservé aux camions est pour tous avant tout synonyme de perte de temps et de productivité, comme de fatigue. A l'inverse, les nouvelles agences



bénéficieront d'installations fonctionnelles particulièrement adaptées aux particularités de notre métier.

Les nouvelles agences s'inscrivent pleinement dans le plan général de réorganisation de la région, tant sur le plan géographique que sur le plan organisationnel " Nous pourrions fournir la qualité de service que nous demande la clientèle ", reprend Alain Kreel, car les futures agences sont élaborées et seront créées sur mesure.

Nouvel élan

Bien plus qu'un simple déménagement, il s'agit avant tout d'un nouvel élan donné à l'activité, et d'un nouveau challenge à relever pour les équipes et les partenaires. " L'agence Nord couvrira le nord du Val d'Oise (95) et le sud de l'Oise (60) ", ajoute Alain Kreel. " C'est-à-dire des territoires non prospectés intensivement par les équipes commerciales de Sernam qui, du fait de l'implantation resserrée des agences actuelles, ont plus démarché les entreprises de la petite couronne. "



Bien sûr, cela changera les habitudes du personnel de l'agence. Des mesures d'accompagnement de cette délocalisation, une vingtaine de kilomètres au Nord de l'implantation actuelle, sont actuellement en cours de discussion entre la Direction Régionale et les représentants du personnel. L'objectif n'est pas de compliquer la vie de chacun, mais bien de tirer le meilleur profit de ce nouvel élan, en utilisant au mieux les nouvelles installations.

" Toutes les ressources de l'entreprise se sont mobilisées autour de cet objectif. "

Il en sera de même pour la création d'un site Sud Multimodal où nous pourrions, grâce au maintien de notre atout ferroviaire TGV, être le seul opérateur "expressiste" à pouvoir respecter ses engagements commerciaux en matière de délais même sur les Grandes Distances.

Le site de Valenton contribuera, lui aussi, à redonner un nouvel élan à notre développement et à véhiculer la nouvelle identité SERNAM.

> Laurence Lebatard

Chargée de Mission au sein de la DRH Ile de France

Laurence Lebatard a rejoint Sernam au début du mois de septembre pour occuper le poste de Chargée de Mission Ressources Humaines. Elle a, dans ses expériences antérieures, acquises principalement dans le secteur du transport (Plus de 8 années dans un important Groupe de transport), pris en charge la formation, le recrutement et la mobilité interne et ainsi accompagné les situations de changement dans le cadre de reprises d'entreprises par exemple. L'état d'esprit qui anime actuellement la région IDF lui plaît : " L'entreprise a le réel souci d'être proche des salariés. Les entretiens individuels personnalisés constituent d'ailleurs la base du projet ". Une manière de procéder qui intéresse particulièrement cette femme convaincue que l'accompagnement

social est capital dans la réussite du projet de transformation de Sernam IDF. " Dans ce type d'activité, l'essence de l'entreprise, ce sont les hommes ", affirme-t-elle. Un univers qui lui correspond bien d'ailleurs parce qu'elle accorde beaucoup d'importance aux vrais contacts avec les gens, aux relations de proximité et à une réelle présence sur le terrain. Il y a un projet clairement affiché. " C'est motivant. La mobilité effective des salariés est prévue pour 2004 et nous préparons déjà un événement qui aura lieu dans plusieurs mois. L'entreprise se donne le temps et les moyens de bien organiser cette étape ". Cela constitue un atout non négligeable de réussite à ses yeux.



Ressources Humaines : accompagnement de la mobilité interne et externe dans le cadre du projet.

La démarche d'accompagnement social qui sera mise en place pour accompagner le projet a pour objectif d'offrir une solution à chaque collaborateur concerné par une délocalisation de son activité afin d'éviter les licenciements.

Elle associe l'écoute de chacun et la concertation avec les représentants du personnel, afin de :

- prendre en compte au maximum les contraintes et les attentes des salariés
- mettre en place des mesures d'accompagnement adaptées à celles-ci
- rechercher et favoriser les solutions adaptées à chacun

Les entretiens de perception constituent la 1^{ère} étape clé de cette démarche.

> Les entretiens de perception

1^{ère} étape de l'accompagnement social du projet, les entretiens de perception sont menés du 25 novembre au 20 décembre.

Les entretiens de perception pour qui ?

- Pour les salariés concernés par une délocalisation de leur agence : Pantin, Chapelle, PFI et Chevaleret
- Pour les salariés des autres sites qui pourraient être intéressés par une cessation anticipée de leur activité



Les entretiens de perception pourquoi ?

- Pour établir une photographie de la perception du projet, des contraintes et des attentes des salariés concernés par une délocalisation de leur agence
- Afin d'adapter au mieux les mesures d'accompagnement qui seront ensuite discutées avec les représentants du personnel

Les entretiens de perception sur quelles bases ?

Des entretiens individuels qui respectent les grands principes suivants :

- **le volontariat** : le salarié prend l'initiative du rendez-vous
- **l'anonymat** : les rendez-vous sont pris directement auprès d'une structure externe ; pour des nécessités de planning, l'horaire de travail sera demandé au salarié et un numéro lui sera attribué
- **la confidentialité** : les données recueillies ne seront pas exploitées individuellement mais d'une manière globale et statistique
- **l'écoute** : il s'agit d'une simple consultation qui ne constitue en aucun cas un engagement du salarié ; de la même manière les interviewers ne pourront donner aucune réponse sur les mesures d'accompagnement puisque celles-ci ne seront définies qu'à l'issue des entretiens

Les entretiens de perception comment ?

- une durée de une heure à une heure trente
- la neutralité des interviewers : les entretiens seront menés par des consultants externes spécialisés
- des questions en majorité " fermées ", avec des choix multiples, pour permettre une exploitation globale
- une restitution écrite des résultats : synthèse présentée à la commission de suivi du projet et aux comités d'entreprises concernés ; un résumé sera diffusé à l'ensemble du personnel

Les entretiens de perception où et quand ?

- les entretiens ont lieu dans les locaux de l'agence
- du 25 novembre au 20 décembre
- les entretiens sont à prendre dès maintenant par téléphone de 8h00 à 20h00

N°Azur 0 805 808 708

PRIX D'APPEL LOCAL

> Nouvelle structure de communication

Une structure de communication et un comité rédactionnel dont les acteurs principaux sont les Directeurs d'Agence ont été constitués.

La communication n'a de sens que si elle est largement diffusée, notamment au niveau des agences. A ce titre, un correspondant communication a été nommé au sein de chaque agence.

Afin d'offrir un canal d'information interactif, les objectifs de nos correspondants en communication sont de :

- Remonter l'information du terrain et contribuer ainsi à la faire partager au niveau de la région et du réseau,
- Faciliter et garantir la diffusion en agence des informations émanant de la Direction Régionale et du réseau.



> Panneaux lumineux



Une information efficace, conviviale et avant tout essentielle.

Ces panneaux sont des bornes électroniques sur lesquelles il est possible d'afficher toutes sortes d'informations. Si elles ont suscité de la curiosité lors de leur mise en place, leur consultation semble être désormais rentrée dans les habitudes de chacun. Les panneaux permettent de découvrir par exemple les résultats de la veille, avec le nombre de colis traités, le nombre de positions,

les rendements en manutention et en camionnage, des modifications de plan de transport. D'autres thèmes sont également envisageables, à savoir l'arrivée de nouvelles recrues ou le départ d'anciens, la visite de clients ou encore le démarrage de nouveaux trafics... Cet outil permet donc l'affichage des informations opérationnelles ou plus générales en temps réel.

> Point d'avancement du plan de déploiement

Septembre 2002 Octobre 2002 Novembre 2002 Décembre 2002 Janvier 2003

- Mise en œuvre du plan de déploiement
- Validation de la charte de méthode par les représentants du personnel
- Lancement des études immobilières

- Entretien de perception
- Construction de nouveaux sites
- Dépôts des permis de construire

- Négociation de l'accord social
- Lancement de la réalisation des travaux

Objectif IDF est le journal interne de la Région SERNAM Ile de France, 61 rue de La Chapelle, 75018 Paris.
Tél : 01 40 38 55 90. Directeur de la publication : Lucien Langot. Conception réalisation : CONCEPT - *Communication*
Tél : 01 49 68 64 00. Rédaction : Charles Dereeper

sernam