



SYNDICAT FRANÇAISIEN
COMMUNICATION
CONSEIL CULTURE

SECTION CFDT CHRONOPOST

mai 2014

FLASH ! INFO

1. Résultat de l'Entreprise.

Chiffres annoncés par la direction au CE du 25/03/2014 :

■ **Chiffre d'Affaire de Février : 61,8 M€ soit un cumul pour les 2 premiers mois de 129,7M€ (+ 5,9% versus 2013),**

■ **Résultat d'Exploitation (EBIT) : 2,8 M€ soit un cumul pour les 2 premiers mois de 7,2M€ (+ 17% versus 2013),**

■ **La Qualité de Service (QS) est à 97% soit une progression de + 0,9% sur les 2 premiers mois par rapport à 2013,**

■ Le Prix Moyen de Vente (PMV) remonte légèrement sur le mois à 7,2€. Sur les 2 premiers mois versus 2013, le PMV continue sa décroissance avec - 10,3% à 7,1€,

■ Taux de Santé à 94,6%. Sur les 2 premiers mois le Taux de Santé atteint 94,5% soit une légère amélioration versus 2013 de + 1,1%,

■ En nombre d'expéditions, une moyenne en Février de 428 007 objets/jours ouvrés contre 376 000 objets/jours ouvrés en Février 2013. En nombre total sur les 2 premiers mois, 18 322 000 objets transportés soit une progression versus 2013 de + 18%.

■ Au sujet du projet d'un nouveau HUB au sud de la région parisienne les recherches s'orientent dans un secteur Savigny et Brie-Comte- Robert. Le choix final se fera en fonction de l'entrepôt trouvé qui devra correspondre à une activité HUB. Le responsable en charge de ce projet est Mr Brice GREGOIRE responsable actuel du HUB de Chilly. La direction ne dispose pas à ce jour de la taille future de cet établissement et des effectifs concernés. Pour rappel, l'ouverture de ce HUB devra se faire courant Octobre. L'objectif étant d'être opérationnel pour le trafic de fin d'année.

■ Le groupe GEOPOST a enclenché une orientation stratégique visant à un développement au niveau Européen de plus de 40 000 points relais. La société PICKUP SERVICES, filiale du groupe est en charge de ce projet. La première action a porté sur le développement de ce réseau sur le Benelux (Belgique, Luxembourg, Pays-Bas).

■ Une réflexion est engagée sur un projet de sous traiter une nouvelle activité de manutention sur le site de Marseille Marignane. Sans pour autant s'attarder sur le sujet et donner plus d'informations. La réflexion est travaillée par Mme Anne Laure ROCHE, RRH Sud Est.

2. Plan stratégique 2014 – 2016 « Préférence Client »

La direction a réuni les membres du Comité d'Entreprise en réunion extraordinaire le Vendredi 11 avril. Le seul point à l'ordre du jour était la présentation du plan stratégique appelé « PREFERENCE CLIENT » pour les années 2014-2015-2016.

Martin PIECHOWSKI a résumé le travail fourni par les équipes dirigeantes en associant les salariés à la construction de ce plan. Cette construction s'est faite sur les enseignements du plan précédent (Force 2013). Les objectifs fixés dans ce plan ont été réussis. Selon le PDG l'entreprise est plus forte que par le passé. Le travail accompli nous permet d'être prêt pour lancer une nouvelle dynamique en mettant le client au cœur de ce plan.

Pour la direction le contexte est important pour comprendre l'ambition donnée dans ce plan d'action. L'entreprise a atteint les résultats de rentabilité en valeur absolue fixés dans le plan Force 2013 en doublant le résultat d'Exploitation (EBIT) en 3 ans. Les 2 ambitions principales sont de devenir le service express préféré des clients et d'être un partenaire international de référence. Pour ce faire ce plan repose sur 5 piliers : **la marque (400 véhicules devraient être floqués en 2014), les prestataires (relations gagnant/gagnant), le professionnalisme des salariés (rigueur et comportement), une organisation puissante et efficace (mise en place de projets innovants, nouveau concept de mécanisation et d'agences) et l'offre qui doit être innovante (livraison interactive et force de frappe commerciale EXCEPTIONNEL.)**

En complément 4 valeurs guideront désormais l'entreprise dans ses actions : **l'engagement, l'adaptabilité, l'innovation et la fiabilité.**



cfdtsf3c.org



Les 4 principaux objectifs à atteindre sont :

- ▶ **D'atteindre un niveau de satisfaction client de 8/10 (niveau de UPS premier sur le marché),**
- ▶ **D'être à l'écoute des salariés via un sondage annuel (53% de satisfaction en 2012 ce qui est une déception) et atteindre 65% fin 2016 et 75% en 2020,**
- ▶ **D'assurer un fort développement à l'International (aujourd'hui 12000 colis/jour) pour atteindre 16000 colis/jour en 2016 et 20000 en 2020,**
- ▶ **D'augmenter le résultat d'Exploitation (EBIT) pour atteindre 65M€ en 2016 et 80M€ en 2020 et de porter à horizon 2020 le chiffre d'affaire à 1Md€ (Milliard).**

Ce plan est ambitieux. Trop peut-être !!! Pour autant nous avons présenté nos vœux de pleine réussite à la direction. Etre ambitieux n'est pas un défaut, à condition de s'en donner les moyens (ce qui n'est pas forcément le cas) et de ne pas oublier un élément important tout du moins à nos yeux, les salariés !!!

Ambitionner à horizon 2020, 1 Milliard d'Euros de chiffre d'affaires et 80 Millions d'Euros de résultat d'Exploitation (sur lequel est calculé l'Intéressement et la Participation) est intéressant pour l'entreprise. C'est un gage de bonne santé économique et industriel. Dans une situation normale cela doit aussi être intéressant pour les salariés. Gage de maintien de l'emploi voire d'une augmentation des effectifs. Mais aussi d'une bonne redistribution des richesses ainsi développées. Redistribution sous plusieurs formes : effort sur les salaires, sur l'Intéressement et la Participation, sur les formations personnelles, sur les opportunités d'évolutions professionnelles.... Le développement financier et industriel doit donc impérativement se faire aussi au bénéfice des salariés. Pour la CFDT cela passe nécessairement par l'établissement d'un pacte social en lien avec votre plan stratégique. Or, dans ce dernier, hormis les belles envolées lyriques et les extraordinaires métaphores, rien n'est prévu pour mettre en place cette dynamique sociale et salariale. C'est une erreur !!! Pour la CFDT accepter cet oubli volontaire ou involontaire est impensable.

Messieurs, vous vous devez d'avoir aussi des ambitions humaines à proposer aux salariés. Vos ambitions financières et industrielles sont extraordinaires !!! Ayez la même dynamique pour vos collaborateurs. Et ce n'est pas un sondage annuel qui répondra à la question. Nous ne demandons pas l'impossible. Soyez extraordinairement habités et motivés par la nécessité de reconstruire un modèle social dans l'entreprise. Un pacte gagnant/gagnant.

3. Droits des salariés

Le congé de paternité et d'accueil de l'enfant :

Le congé de paternité et d'accueil de l'enfant permet aux pères et autres personnes bénéficiaires du congé d'accompagner la mère lors des premiers mois de vie du nouveau né. La liste des bénéficiaires a été étendue par la loi (n°2012-1404) du 12 décembre 2012. Peuvent désormais en bénéficier : le père, le conjoint de la mère ou la personne liée par un PACS ou vivant maritalement avec elle.

Le nouveau calcul du SMIC :

Le décret du 07 janvier 2013 modifie les modalités de revalorisation du salaire minimum de croissance (SMIC). La revalorisation du SMIC est dorénavant indexée sur l'inflation, soit l'indice des prix à la consommation afin de mieux cibler les foyers à faible revenu. Le SMIC est revalorisé sur la base de la moitié du gain de pouvoir d'achat du salaire horaire moyen des ouvriers et employés.

La présence d'un litige ne fait pas obstacle à la rupture conventionnelle.

Le salarié et son employeur peuvent tout à fait conclure une rupture conventionnelle en présence d'un contexte conflictuel (Cass. Soc. 23 mai 2013 n°11-22332). Selon certaines Cours d'appel, la présence d'un conflit entre les parties excluait la possibilité de signer une rupture conventionnelle. La Cour de Cassation a tranché la question : l'existence d'un litige au contrat de travail entre l'employeur et le salarié n'affecte pas la validité de la convention de rupture amiable dès lors que les parties ont donné leur libre accord. Par ailleurs, s'agissant de ce mode de rupture, la haute juridiction estime que la rupture conventionnelle peut être signée dès l'entretien (Cass. Soc. 3 juillet 2013, n°12-19268).

Pour plus de renseignements, mieux connaître vos droits, toujours mieux être conseillé et bénéficier de la meilleure assistance, n'hésitez pas à faire appel à la CFDT et à son équipe.

La CFDT, avec vous et pour vous !

Bruno KLEIN

DSC Titulaire
06 62 63 26 71

bruno.klein@chronopost.fr

Jena TRAN

RC au CE
06 46 40 39 67

jenachaby.tran@chronopost.fr

Ousmane GASSAMA

Délégué Central Suppléant
07 61 50 09 26

ousmane.gassama@chronopost.fr



cfdtsf3c.org

SYNDICAT FRANCILIEN COMMUNICATION CONSEIL CULTURE
23 rue d'Alleray 75015 PARIS
Tél : 01 40 29 82 00
Fax : 01 40 29 82 10
contact@cfdtsf3c.org