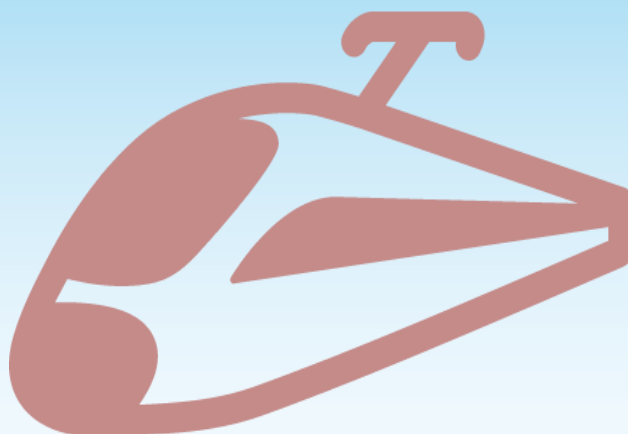


# Activité SNCF Voyages

## Résultats économiques 2017 : l'activité SNCF Voyages se porte bien et après...?



Paris, décembre 2017

Lors d'une rencontre avec la Directrice Générale de SNCF Voyages, une délégation de **l'UNSA-Ferroviaire** a pu échanger sur les résultats de l'Activité.

Si la conjoncture est plutôt favorable dans le secteur du tourisme, la croissance de l'activité est meilleure que la moyenne nationale. Cela s'explique par le lancement du TGV Atlantique (Paris Montparnasse - Bordeaux), la revalorisation des TGV et la reconquête des clients.

### Quelques chiffres à fin septembre 2017 :

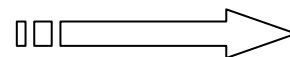
- ✓ + 8,1 % en trafic,
- ✓ + 8,8 % de trafic domestique,
- ✓ cela se traduit par un Chiffre d'Affaires de plus de 200M€,
- ✓ la vente de la "carte loisirs" est en hausse de + 13 %,
- ✓ l'offre TGV MAX embarque plus de 2,5 millions de voyageurs.

### Côté international :

- ✓ Thalys + 13 % (bonne performance et une reprise à noter depuis les attentats),
- ✓ les relations France-Espagne sont impactées par les soucis politiques en Espagne,
- ✓ et concernant Eurostar, la croissance est de + 10 %, en dessous du budget prévisionnel, mais des offres promotionnelles sont en cours pour "doper" les ventes.

Concernant OUIGO, l'objectif de 7 millions de voyageurs, avec une part d'induction (clients qui n'auraient pas pris le TGV/INOUI) à 58 %.

Concernant le nouveau TGV Atlantique, il reste à progresser sur le taux d'occupation encore très bas. Par ailleurs, le coût à payer à LISEA est très lourd. Néanmoins la directrice reste optimiste, et mise sur la relation client.



UNSA-Ferroviaire  
56, rue du Faubourg Montmartre • 75009 PARIS  
Tél : 01 53 21 81 80 • Fax : 01 45 26 46 65  
E-mail : [federation@unsa-ferroviaire.org](mailto:federation@unsa-ferroviaire.org)



## Les projets à venir :

- le lancement d'INOUI par axe, sur une fréquence d'une création/construction tous les deux mois, via des animations et des conférences de presse.
- les nouveaux services (wifi, service à bord, etc...) seront mis en avant autour de 3 marqueurs forts :
  - ✔ **voyages connectés: très attendus et fonctionnels,**
  - ✔ **la personnalisation de la relation client,**
  - ✔ **le confort (définition des standards) notamment sur les prises électriques à tous les sièges en 1<sup>ère</sup> classe et concernant la 2<sup>e</sup> classe ce sera 1 sur 2.**
- le site SNCF.com va migrer en OUI.sncf début décembre 2017. Cela nécessite des travaux techniques importants (plus de 500000 pages à refaire/reconstruire), mais au travers de cette mutation la Direction veut montrer une volonté nouvelle des modalités du web en accompagnant les clients.

## L'objectif est d'aller chercher des clients grâce à :

- ✔ **des alertes petits prix,**
- ✔ **la personnalisation de la relation client 24 heures sur 24,**
- ✔ **au« portail des régions » qui permet de séduire les clients sur leurs territoires.**

La gamme tarifaire est en cours de simplification (le nombre de cartes commerciales pourrait être réduit). Une réflexion sur les abonnements est entamée, avec comme principal objectif d'en baisser le prix pour fidéliser les abonnés.

La volonté est de créer la différence lorsqu'arrivera l'ouverture à la concurrence.

Concernant les Risques PsychoSociaux (RPS), la Direction va s'inspirer de la démarche « Dupont de Nemours » qui semble porter ses fruits. Le sujet de la sécurité au travail est vaste, de la responsabilité de l'Entreprise, et nécessite une transformation culturelle. Il faut un suivi et des moyens aux équipes locales de façon plus dense afin que tout le monde prenne conscience des risques.

**L'UNSA-Ferroviaire** prend acte des résultats positifs. Néanmoins, il faudrait qu'une partie soit redistribuée aux agents (augmentation salariale, embauches, la Direction doit-être innovante et motivante).

Pour **l'UNSA-Ferroviaire**, afin qu'il y ait une "relation clients", il faut des clients, mais également des agents motivés. Or aujourd'hui, la politique de repli de l'Entreprise, les réorganisations à répétitions, les suppressions massives de postes sont de nature à démotiver les agents restants en poste.

Pour **l'UNSA-Ferroviaire**, il faut cesser la productivité uniquement/principalement basée sur les effectifs, mais travailler sur des organisations nouvelles et pertinentes (notamment sur la gestion des pics d'activités au cours d'une journée).

Concernant les Agents De Conduite, nous souhaitons qu'ils soient intégrés dans la chaîne/production de la relation clients, il est important de leur dispenser les formations ad hoc.

De plus, la pénétration du DIGITAL qui n'est pas de nature à rassurer les personnels, engendre des évolutions importantes et quotidiennes dans tous les métiers.

Pour **l'UNSA-Ferroviaire**, il est URGENT et IMPÉRIEUX que la Direction aborde véritablement ces transformations métiers, en accompagnant et en formant tous les agents.

Ne pas aborder le sujet, est source de mal-être, voire de RPS.

