

Signature d'un nouvel accord avec le Personnel Navigant Commercial

Parue le - 10 janvier 2019

Après l'accord inter-catégoriel signé le 19 octobre par une majorité des organisations syndicales, représentant 76% des suffrages des dernières élections, Benjamin Smith, directeur général d'Air France-KLM a poursuivi ses échanges avec les partenaires sociaux dans le cadre des négociations catégorielles.

Aujourd'hui, un nouvel accord entre Air France et ses personnels navigants commerciaux vient d'être signé, avec le soutien unanime des trois syndicats représentatifs des PNC d'Air France – SNPNC, l'UNAC, et l'UNSA-PNC.

Cette signature conclut avec succès les discussions catégorielles menées depuis plusieurs semaines avec les représentants des personnels navigants commerciaux.

Benjamin Smith a déclaré : « Je suis très heureux de ce nouvel accord équilibré, qui représente l'aboutissement des discussions catégorielles avec nos personnels navigants commerciaux. En collaboration avec la SNPNC, l'UNAC, et l'UNSA-PNC, nous avons été en mesure de résoudre de nombreuses préoccupations de nos PNC, tout en travaillant simultanément à aligner leurs intérêts sur ceux d'Air France. Avec cet accord, je souhaite que la confiance et le dialogue entre Air France et tous nos collaborateurs continuent de s'améliorer, car je crois profondément que c'est par l'adhésion de tous que nous deviendrons un leader mondial. »

Améliorations et simplification

Cet accord équilibré est une étape majeure pour reconstruire la confiance des personnels navigants commerciaux d'Air France vis à vis du management et de la compagnie et réinscrire de manière durable l'avenir du métier de PNC au sein d'Air France.

Cet accord améliore les conditions de travail du personnel navigant commercial en réglant bon nombre de préoccupations et va permettre de progresser dans le service apporté à nos clients, et ainsi à Air France d'améliorer son positionnement dans un marché très concurrentiel.

Un projet pour l'avenir de Joon

Après de nombreux échanges avec les salariés et les clients, et des discussions avec les syndicats, nous avons décidé de lancer un projet portant sur l'avenir de la marque Joon et l'intégration des salariés et des avions de Joon au sein d'Air France.

Malgré les impacts incontestablement positifs de Joon, notamment le travail remarquable des équipes Joon qui ont lancé et fait vivre la compagnie, la marque a dès le début été difficilement comprise par les clients, par les salariés, par les marchés, par les investisseurs.

La multiplicité des marques a créé de la complexité et a malheureusement affaibli la puissance de la marque Air France.

L'intégration de Joon au sein d'Air France devrait apporter de nombreux avantages, notamment l'harmonisation de la flotte, des produits, de la marque. La gestion des opérations serait améliorée grâce à une flotte commune d'avions.

Tous les vols Joon actuellement vendus ou à la vente seraient bien sûr assurés par Joon jusqu'à la finalisation du projet puis repris par Air France.

La simplification du portefeuille de marques, capitalisant sur la marque Air France, est un atout indéniable pour nos clients, nos salariés et tous nos partenaires. Ce projet devrait se réaliser sans impacter l'efficacité économique du Groupe Air France-KLM.

