



Guyancourt-Aubevoye

1 Avenue du Golf
78288 Guyancourt Cedex
API TCR LOG 0 60

01 30 03 22 93 (Guyan.) 02 32 77 63 09 (Aube.)

06 08 24 23 15 (Guyan.) 06 82 45 48 18 (Aube.)

01 30 03 22 94 (Guyan.) 02 32 77 61 45 (Aube.)

E.mail : tcr.sud@freesurf.fr

Le 27 Février 2001 numéro 9

COMITE D'ENTREPRISE **2eme partie**

Attributions du comité d'entreprise Gestion économique de l'entreprise

Les attributions du comité d'entreprise dans le domaine économique et financier, bien que traditionnellement consultatives, pèsent néanmoins d'un poids important sur la gestion de l'entreprise. Le non-respect par l'employeur du rôle imparti au comité par la loi est pénalement sanctionné. Il peut aussi mettre en jeu sa responsabilité civile et entraîner des sanctions fiscales. Il ne donne lieu, toutefois, que très rarement à l'annulation des décisions prises. Le chef d'entreprise est tenu d'informer et de consulter le comité d'entreprise avant de prendre sa décision.: l'organisation, la gestion et la marche

Comité d'entreprise et gestion du personnel

Les décisions du chef d'entreprise sont multiples et doivent donner lieu à information et consultation préalable : conditions de travail, d'emploi et de vie dans l'entreprise, hygiène et sécurité, durée et aménagement du travail, formation professionnelle, etc.

générale de l'entreprise, et notamment les mesures qui sont de nature à affecter le volume et la structure des effectifs, la durée du travail, les conditions d'emploi, de travail et de formation professionnelle du personnel, les opérations de restructuration de l'entreprise, le comité devant être informé non seulement de l'opération projetée, mais aussi de ses motifs, de ses modalités financières et des mesures envisagées à l'égard des salariés.. Il est habilité à demander en justice la désignation d'un expert chargé de présenter un rapport sur une opération de gestion.

Les mesures de nature à affecter le volume ou la structure des effectifs sont un autre domaine d'intervention important du comité. En matière de licenciement économique, il est saisi des projets, puis informé, réuni, consulté et associé à la procédure.

Son avis est requis avant toute prise de mesure à caractère dérogatoire (dérogation à la durée maximale de travail, au repos hebdomadaire dominical, aménagements d'horaire, congés particuliers, etc.).

Comité d'entreprise et activités socioculturelles

L'ampleur de l'activité d'un comité d'entreprise dans le domaine socioculturel est bien sur étroitement liée à l'importance de ses ressources. Or celles-ci sont très variables d'une entreprise à une autre. L'activité socioculturelle du comité est celle qui a pour but d'améliorer les conditions collectives d'emploi, de travail et de vie du personnel de l'entreprise.

Répondent à cette préoccupation, par exemple, des institutions sociales de prévoyance et d'entraide, des initiatives telles que la création de cantines, crèches, colonies de vacances, des

actions dans le domaine des loisirs et du sport, des institutions professionnelles ou éducatives tels un centre de formation ou d'enseignement, une bibliothèque, des services sociaux et médicaux, etc. Un large rayon d'action est ici offert au comité d'entreprise. Cette action, toutefois, doit s'exercer principalement au bénéfice du personnel de l'entreprise, des anciens salariés et de leurs familles, et elle ne doit jamais se départir de la neutralité nécessaire (neutralité idéologique, absence de discriminations).

La politique de SUD n'est pas " d'accompagner " la politique de la direction mais de défendre pieds à pieds les revendications des salariés. C'est pourquoi, quand SUD n'est pas d'accord avec les propositions de la direction ou les avis de certains syndicats concernant la mise en application des 35 h, la déréglementation des horaires, les périodes rouges, blanches ou bleues, les VSD ou les 2 x 8, l'accord sur le droit syndical, il le dit.

De même, les restructurations annoncées nous semblent souvent des " pièges ".

En ce qui concerne l'activité sociale, SUD se pose des questions sur certaines orientations prises et la dérive budgétaire en découlant :

Propositions de discussion

Il existe aujourd'hui pour les vacances, 15 taux donnant droit à une certaine subvention du CE (29 à 62% pour la France et 16 à 40% pour l'étranger) et pour les week-end voyages, 3 tranches de subvention (30,35 et 40%). Quelque soit l'activité (sportive ou culturelle) effectuée par un salarié, la cotisation doit-être proportionnelle aux revenus :

=> 3 taux comme pour les week-end seraient une mesure plus juste.

La création d'une Entente Sportive Renault (ESR) regroupant les activités des sites de Guyancourt, Rueil et du Siège, ouvre aux salariés de plus grandes possibilités. Il n'en reste pas moins que ceux qui habitent très loin de ces sites se sentent lésés. Nous proposons de subventionner au moins les enfants des salariés qui pratiqueraient une activité sportive dans une association communale toujours selon ces 3 taux avec un maximum annuel.

Nous souhaitons budgétiser une " commission sociale " ou, en collaboration avec les assistantes sociales et le service "Conditions de Travail (CHSCT) de l'entreprise, les personnes en difficulté pourraient être aidés.

De même, une bourse de 300Fr permettant l'achat de livres scolaires pour les revenus les bas (T1 à T8 par exemple) nous semblerait une mesure juste.

PSA et RENAULT, deux stratégies opposées pour faire de gros profits

Un point commun : l'exploitation de leurs salariés

IL Y A seulement cinq ans, personne, dans l'industrie automobile, n'aurait misé sur les constructeurs français. Recroquevillés sur leur marché national, affichant des pertes abyssales, souffrant à tort ou raison d'une réputation de qualité médiocre, Renault et PSA Peugeot-Citroën devaient tôt ou tard être les victimes d'un secteur en pleine recomposition. Un retournement de cycle et quelques fusions plus tard, force est de constater que les deux constructeurs nationaux font incontestablement partie du camp des gagnants.

Records de vente, bénéfiques en forte hausse, usines tournant à plein régime, les deux français sont désormais regardés avec envie par leurs concurrents. PSA a ainsi annoncé, mercredi 21 février, un bénéfice net de 1,31 milliard d'euros (8,6 milliards de francs), un peu mieux que les 1,08 milliard de Renault. L'automobile est même l'un des rares secteurs industriels dans laquelle la France compte deux champions nationaux détenant au total 10 % du marché mondial. Ce retournement de situation est d'autant plus remarquable que les deux constructeurs ont trouvé la voie du succès en suivant deux stratégies diamétralement opposées.

Renault s'est véritablement converti à la mondialisation il y a seulement deux ans. La conquête a débuté par le Brésil : Renault va inaugurer cette année sa troisième usine dans ce pays, où il était encore absent en 1998. Parallèlement, les acquisitions se sont multipliées à un rythme impressionnant. Après avoir noué son destin à celui du japonais Nissan, en 1999, le constructeur français s'est doté d'une seconde tête de pont en Asie grâce au coréen Samsung. Au préalable, le groupe avait mis la main sur le roumain Dacia. Sans les ventes de Nissan, le groupe s'est fixé comme objectif de vendre 4 millions de voitures à l'horizon 2010, contre 2,3 millions en 2000.

Aujourd'hui, l'ensemble Renault-Nissan joue désormais dans la même cour que Toyota, Volkswagen ou DaimlerChrysler. Mais c'est surtout pour son management et sa gestion que le groupe est maintenant reconnu.

Malgré des résultats commerciaux mitigés en 2000, Renault reste l'un des constructeurs européens les plus rentables. La rapidité du redressement financier de Nissan a surpris. Même Jürgen Schrempp, le patron de DaimlerChrysler, prend désormais la méthode du français en exemple.

Le contraste avec PSA est saisissant. Pendant que la planète automobile se recomposait à grands coups de fusions, le groupe de Sochaux a voulu suivre sa propre voie en gardant jalousement son indépendance. PSA a préféré nouer des partenariats techniques et ponctuels plutôt que des grandes alliances capitalistiques. Le groupe de Jean-Martin Folz fabrique des moteurs et des boîtes de vitesse avec Renault, des véhicules utilitaires et des monospaces avec Fiat. Plus récemment, il a signé un accord avec Ford pour développer des moteurs diesel. Mais son succès, le constructeur le doit surtout à ses produits. Il dispose d'une gamme jeune, comme la Peugeot 206 ou la 307, qui sera commercialisée en avril, et le petit monospace Citroën Picasso. PSA profite également de son rang de numéro un mondial du diesel. Le groupe y a cru dès les années 80.

Les résultats sont spectaculaires : en trois ans, PSA a doublé un à un ses concurrents directs : Renault, Honda, Fiat, Nissan. Dixième constructeur mondial en 1998, le groupe est aujourd'hui sixième. Cette année, le cap des 3 millions de véhicules vendus sera probablement dépassé. Un objectif que Renault ne compte atteindre qu'en 2005.

ACTIONNARIAT DIFFÉRENT

Internationalisation d'un côté, croissance interne de l'autre. Deux stratégies, dont les différences tiennent avant tout à l'actionnaire majoritaire respectif des deux constructeurs. La présence de

l'Etat à hauteur de 44 % dans le capital de Renault a facilité la prise de participation dans Nissan. Une opération qui constituait une fantastique opportunité mais aussi une prise de risque que le petit constructeur national qu'était Renault à l'époque n'aurait pas pris s'il n'avait eu cette garantie.

Au contraire, la doctrine plus solitaire de PSA est largement dictée par la famille Peugeot, qui détient encore 37,4 % des droits de vote au sein du capital, une participation qu'elle ne souhaite pas pour l'heure voir diluer.

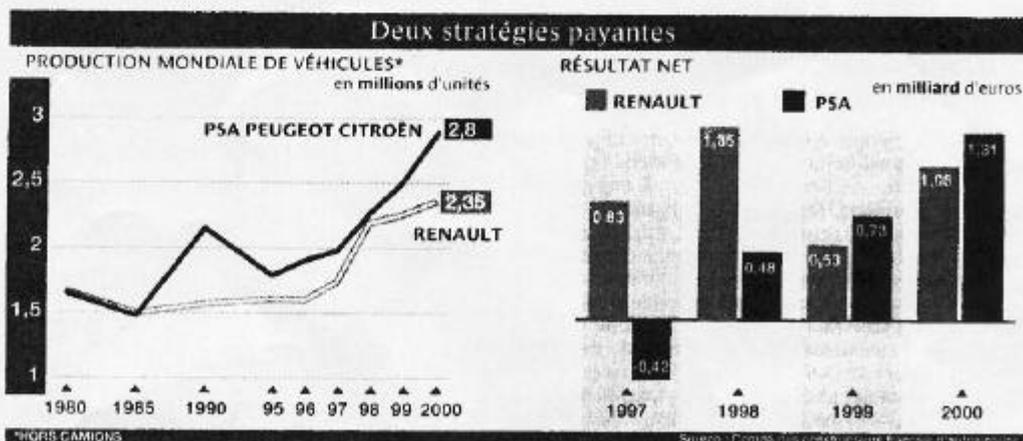
Les cultures d'entreprise peuvent également expliquer l'approche différente du développement des deux groupes. Renault se veut plus avant-gardiste, une sorte de défricheur de marché, censé repérer les niches à succès de demain comme en leur temps l'Espace ou le Scenic. PSA mise plutôt sur des valeurs sûres, en surfant sur des modes déjà existantes mais en y apportant une patte originale comme la Peugeot 206 ou la Citroën Picasso.

Si les deux stratégies sont aujourd'hui couronnées de succès, elles doivent être jugées sur la durée. « Les produits qui sont actuellement dans les tuyaux de PSA sont impressionnants, relève le Crédit suisse, dans une récente étude. Les marges sont importantes grâce à des modèles attractifs et à une bonne utilisation de ses capacités industrielles. » Le groupe vient d'annoncer la sortie de vingt-cinq nouveaux modèles d'ici à 2004.

En revanche, les prochaines années s'annoncent délicates pour Renault. « La gamme de Renault est vieillissante. Nous pensons que cela va se traduire par des pertes de marché sur les deux prochaines années et une augmentation des rabais qui font affecter ses marges », souligne la banque suisse. Car si Renault est en train de renouveler son haut de gamme, ses petits modèles, ceux qui génèrent les gros volumes, ne seront renouvelés que dans deux ou trois ans.

Par ailleurs, si le développement international de Renault est prometteur, il ne portera vraiment ses fruits que dans cinq à dix ans. Samsung et Dacia ne gagneront de l'argent qu'à partir de 2004. Enfin, si le redressement de Nissan est en bonne voie sur le plan financier, des interrogations pèsent sur le plan commercial.

Reste que PSA a également son talon d'Achille. Malgré sa récente implantation au Brésil et ses positions en Chine, le groupe réalise encore 83 % de ses ventes en Europe. Or, « 90 % de la future croissance dans le secteur automobile se situera dans les pays émergents », note le Crédit suisse. L'accélération de l'internationalisation deviendra donc très vite incontournable. PSA en aura-t-il les moyens ?



D'une taille équivalente dans les années 80, les deux constructeurs ont basé leur croissance sur deux stratégies différentes. Renault s'internationalise tandis que PSA privilégie la croissance interne. Bien qu'opposées, les deux politiques se traduisent par une augmentation des ventes et des bénéfices.

Les règles de partage de la valeur ajoutée restent à l'avantage du capital

LA « CAGNOTTE »... Par un concours fâcheux de circonstances, ce mot-là s'est chargé, dans le débat économique français, d'une connotation très particulière. Il renvoie

ANALYSE

La pression des actionnaires n'incite guère les entreprises à la générosité

aux fantastiques plus-values de recettes fiscales encaissées par l'Etat ces dernières années grâce à la croissance et à la gestion hasardeuse qui en a été faite. L'honnêteté commande de dire, pourtant, que les finances publiques n'ont pas été les seules bénéficiaires de cette nouvelle période d'aisance. Pour les entreprises aussi, ou, en tout cas, pour beaucoup d'entre elles, l'année 2000 a été particulièrement faste, comme elle l'a rarement été et il n'est pas excessif de parler de « cagnotte ». Là aussi, donc, un débat commence à affleurer : entre majoration des dividendes, hausse de l'investissement et augmentations de salaires, quel est le bon partage de la « cagnotte » des entreprises ?

Il ne faut, certes, pas tirer de conclusions hâtives de chiffres sans doute spectaculaires, mais qui n'ont pas de portée générale. Ainsi

le groupe TotalFinaElf vient-il d'annoncer pour 2000 un bénéfice historique pour une société française : presque 50 milliards de francs. Mais on sait que pour des raisons diverses, qui tiennent surtout à l'envolée des cours du brut, toutes les grandes compagnies pétrolières, dans le monde ont réalisé, l'an passé, des profits exceptionnels.

Il faut donc sans doute mettre de côté le secteur de l'énergie pour bien mesurer la tendance de fond. Il reste que, globalement, l'année 2000 apparaît hors normes. Selon l'Insee, le taux de marges des entreprises (excédent brut d'exploitation sur valeur ajoutée) a encore culminé à des sommets (autour de 32,5 % contre 32 % en 1999). Et, de fait, les premières rafales de communiqués publiés, ces derniers jours, par les sociétés suggèrent que l'exercice 2000 a été singulièrement faste : 8,5 milliards de francs (1,3 milliard d'euros) de profits pour Alcatel (+ 50 %), 4,7 milliards de francs pour Danone (+ 5,7 %), 6,5 milliards de francs pour Saint-Gobain (+ 23 %), 1,6 milliard pour TFI (+ 57 %).

Au vu de ces chiffres, on comprend donc pourquoi la question salariale se pose dans les grandes entreprises françaises dans des termes nouveaux. Non seulement beaucoup d'accords de modération salariale, liés à la mise en place des 35 heures, sont arrivés à échéan-

ce - ce qui incite les syndicats à revendiquer des mesures de rattrapage -, mais, de surcroît, les résultats absolument fantastiques de quelques groupes ne peuvent qu'inciter les salariés à en demander leur part. Depuis quelques semaines, on entend donc quelques grincements de dents de grands dirigeants patronaux. « Nous avons eu les 35 heures. Et maintenant, nous aurons tout de même les hausses de salaires », se plaint ainsi le patron d'une des grandes banques françaises.

LA MONTÉE DES FONDS DE PENSION

Il faut, toutefois, fortement relativiser cette amertume. Car beaucoup de facteurs continuent de peser pour que la politique salariale des entreprises reste globalement assez peu expansive. D'abord, la désindexation des salaires sur les prix - réforme majeure mise en œuvre lors du tournant des années 1982-1983 - reste la pierre angulaire des politiques salariales françaises. De surcroît, la spectaculaire montée en puissance des investisseurs étrangers, et notamment des grands fonds de pension anglo-saxons, dans le capital des grandes firmes françaises joue, s'il en était besoin, son office de rappel : le commandement de la valeur pour l'actionnaire exige plus que jamais des chefs d'entreprise qu'ils conduisent des politiques salariales prudentes.

Il y a d'ailleurs un signe qui ne trompe pas : globalement, les règles de partage de la valeur ajoutée, c'est-à-dire du partage de la richesse créée par les entreprises, ne semblent guère se modifier. On se souvient ainsi qu'au début des années 1970 les parts des salaires dans cette valeur ajoutée étaient approximativement de 70 % et celles des profits de 30 %. Puis, dans les années 1980, le partage s'est profondément transformé, à l'avantage du capital et au détriment du travail, la part revenant aux salaires tombant à un petit peu plus de 60 %.

Or, depuis, les choses sont approximativement restées en l'état. Même si on ne connaîtra que dans quelques jours les évaluations précises de l'Insee sur les comptes nationaux de 2000 - et donc aussi les comptes des entreprises -, il semble probable que la part des profits ait encore sensiblement augmenté l'an passé.

Par avance, on devine donc que les grandes entreprises ne seront guère tentées de jouer la carte de la générosité. La pression de leurs actionnaires ne les y incite guère. Et le recul de la Bourse comme la crainte d'un ralentissement économique ne peuvent que les conforter dans cette attitude précautionneuse.

Extraits du monde

Ceci est à l'avantage du capital. Les négociations à froid sans réelle mobilisation ne donnent comme résultats que des situations favorables aux patrons.

La croissance est une réalité, le bilan des entreprises est positif, c'est pourquoi les salariés doivent exiger leur dû, c'est ce que SUD propose.

Nous ne voulons pas des miettes, nous ne voulons pas de primes qui ne soient pas assujetties à cotisations sociales, nous exigeons 1500frs de plus par mois sur le salaire de base.

Information :

La direction du TCR reste très discrète sur l'ARPE. Est-ce l'obligation d'embauche ? ? ?

Il n'en reste pas moins que l'accord ARPE est reconduit jusqu'au 31 Décembre 2002 (note de Renault Siège du 9/02/01). Conditions : - nés en 41/42, 160 trimestres, 58/60 ans.

Renseignez-vous auprès des GRH.

SUD remercie les nombreux donateurs du TCR et du CTR qui ont permis d'assurer la perte de salaire de notre secrétaire Alain Martinez. Le surplus éventuel sera considéré comme souscription et noté en tant que telle dans notre budget 2001