

Un départ précipité

Bienvenue à Ulys ! Après bien d'autres entreprises (SNCF, Air France...), VINCI Autoroutes se dote d'une nouvelle marque pour porter ses nouveaux services digitaux sortis au forceps et dans la douleur des équipes. Cette marque sera-t-elle pour les salariés génératrice d'espoir en termes d'évolution de carrière, d'emploi, et de bien-être au travail ? Nous attendons de voir.

Pour la CFDT, c'est en tout cas une opportunité à saisir. Alors même que bon nombre de salariés ASF ont des difficultés à rester motivés, espérons qu'Ulys soit un levier d'évolution de carrière. L'accord GPEPP (Gestion Prévisionnelle des Emplois et des Parcours Professionnels) récemment signé par la CFDT doit y contribuer, la direction devra alors se donner les moyens d'y parvenir en proposant des postes en adéquation avec les moyens investis pour l'avènement de la marque Ulys et de tous les nouveaux services digitaux qu'elle porte.

LA DIRECTION LANCE ULYS !



UNE MISE EN PLACE SANS CONCERTATION ET DANS LA PRÉCIPITATION

Si le projet Ulys peut paraître ambitieux et intéressant, la CFDT tient à dénoncer la méthode de mise en place. En effet, entre l'annonce et l'avènement du projet, à peine un mois s'est écoulé ! Une forte pression a été exercée sur les salariés, tous niveaux hiérarchiques confondus – pendant une des périodes les plus chargées de l'année – générant beaucoup de stress avec des messages parfois anxiogènes : que doit comprendre un salarié lorsqu'il entend qu'«...on prévoit, à la fin de l'année la mise en place de « Ulys Optique » qui supprimera le badge... » ? (Flash H24 du 22 juin 2018).

Et cela au moment où la Qualité de Vie au Travail est à l'ordre du jour. Contradictoire ! Davantage de temps et un minimum de pédagogie auraient été nécessaires. Pour la CFDT, les conditions de la naissance de cette nouvelle marque sont clairement un raté. Espérons que l'on aille désormais vers une belle odyssee... sans céder aux chants des sirènes.

