

Travillons ensemble

Publication de la
section RENAULT
du syndicat

N° 8
Octobre 2006

Tél : 06.98.05.13.80 sm-te@travillonsensemble.org
Consultez notre site : www.travillonsensemble.org

syndicat libre et indépendant

I N N O V A T I O N

Editorial

Parce qu'elle est une condition du développement de l'entreprise, **Travillons ensemble** consacre son numéro d'octobre à l'innovation.

L'innovation au niveau du produit nécessite de proposer à notre clientèle de plus en plus diversifiée des véhicules qui correspondent à la fois à leurs besoins et qui les séduisent par des prestations originales et inédites.

Comme il ne suffit pas de concevoir les meilleures voitures, mais qu'il faut également les produire au meilleur coût et au meilleur délai, nous encourageons les innovations que peuvent apporter les salariés quotidiennement dans les processus de travail et tout ce qui permet de les susciter et de les promouvoir. Un commentaire peut être fait sur le système de reconnaissance qu'est le système des ICP (Idées Concrètes de Progrès).

Comme l'intérêt de notre publication ne se limite pas au domaine technique, **Travillons ensemble** propose une réflexion sur la vie sociale adaptée à l'entreprise sans faire l'impasse sur la destinée humaine.

Bonne lecture !

Sommaire

- L'innovation produit**
- Promouvoir l'initiative et la créativité du salarié**
- L'innovation en matière sociale a-t-elle un sens ?**
- Le jour du patron**
- Intéressement aux performances et aux résultats**
- Appel à contribution**

L'innovation produit

Travillons ensemble : Comment se fait-il que tu sois tellement passionné par l'automobile, par les innovations ?

Gilles de M. : Je suis « tombé » dans l'automobile tout petit. Des amis de mes parents possédaient des voitures de collection dans lesquels j'ai joué : Chevrolet 37, Mustang 65, Juva 4 - la seule Renault. Je les aimais beaucoup. Surtout les coupés hard-top (NDLR : un cabriolet sur lequel on a soudé le pavillon « en dur »).



Delahaye 135 « Figoni & Falaschi »

T.E. : Et quand tu as grandi ?

G. dM : Alors quand j'ai grandi, j'ai fait des maquettes de voiture. C'est là que j'ai appris l'anglais technique. Les notices pour le montage étaient en anglais (elles accompagnaient directement les images). Aujourd'hui, je continue à faire des maquettes. Les informations pour les faire, je les trouve sur Internet. C'est là que j'ai découvert quelques exemples de solutions techniques : par exemple, dans les années 50, les Américains ont réglé la dureté de fermeture de porte et l'étanchéité en rendant « mobile » une partie de la gouttière.

T.E. : Quels types de voiture, marque, t'intéressent le plus ?

G. dM : Je suis plus attiré par les cabriolets de petits carrossiers comme Figoni & Falaschi qui travaillaient pour Delahaye (voir notre photo, en couleur sur notre site Intranet) et Bugatti. Je regrette les petits carrossiers disparus en France (comme Chapron, Saoutchik). L'homologation a provoqué en partie leur disparition du marché en France. Il en existe toujours en Italie.

T.E. : Peut-on dire que les innovations sont, comme la mode vestimentaire féminine, cycliques ?

G. dM : C'est en partie le cas. Certaines lignes descendantes, vitres panoramiques, oui. De même le fonctionnement de la banquette (basculement du dossier R25 et levé de l'assise munie d'un système de biellettes).

Aujourd'hui, c'est l'électronique qui facilite la mise en oeuvre des innovations.

T.E. : Des exemples ?

G. dM : Cadillac dans les années 50 a introduit le passage des phares en codes, en utilisant le capteur de présence (véhicule à l'approche). Aujourd'hui, on observe la « démocratisation » des options réservées aux voitures de luxe à l'origine, comme l'allumage automatique des phares.

Le concept car Buick « le Sabre » avait un détecteur d'humidité pour fermer la capote. Le détecteur d'humidité est utilisé en série ... 30 ans plus tard.

T.E. : Quelles sont les sources d'innovations chez nous, en France ?

G. dM : Il y a pas mal de brevets de Louis Renault que l'on a sorti plus tard. Surtout en mécanique. L'innovation, c'est un individu qui a une idée (plus ou moins géniale) et les équipes permettent de la développer. Pour vendre, il faut quelque chose de fiable. C'est une difficulté. La deuxième difficulté, c'est de savoir vendre des innovations. Dans le passé, j'ai travaillé sur la rehausse intégrée pour le siège enfant (option que je n'ai pas vu « vendue » sur une voiture). Volvo faisait grand cas d'une prestation similaire en la rendant très visible sur tous les modèles exposés. Nous, on avait tendance à la cacher...

T.E. : Hmm... donc de nouvelles idées en gestation ?

G. dM : On va essayer d'en développer. Je trouve cela super intéressant et stimulant. Remettre des « retro-innovations » au goût du jour en prêtant attention à bien les vendre, cela peut apporter gros.

Promouvoir l'initiative et la créativité du salarié

L'accord portant sur la promotion de l'initiative et de la créativité des salariés du 22 novembre 2002 (ICP) avait été reconduit pour un an et cessera d'être en vigueur au 31 décembre 2006. C'est pourquoi des négociations ont lieu actuellement en central. Nous avons toujours soutenu ce genre de démarche managériale parce qu'elle est un moyen de reconnaître la motivation et la compétence du salarié. Ce qui suit est le résultat d'une enquête menée par **Travaillons ensemble** auprès des salariés du Technocentre.

Le principe des ICP est par lui-même séduisant : faites réaliser des économies à l'Entreprise, et percevez une prime égale à 25% de l'économie annuelle, pouvant atteindre 5 000 Euros. Qui n'a jamais eu envie de se remuer les méninges afin de percevoir un tel pactole ?

En réalité peu de collaborateurs se mobilisent, car un faible nombre est confronté à des situations concrètes susceptibles d'être améliorées par une action de progrès d'une telle rentabilité. Les

seules directions motrices seraient celles situées en aval de la conception, là où il est toujours plus facile d'améliorer ce qui a été conçu en amont.

Et pourtant, pour atteindre les objectifs du *contrat 2009*, l'Entreprise a besoin de mobiliser toutes les initiatives et énergies créatrices disponibles. Ceci se traduit par la floraison de challenges mobilisateurs sur les économies, la sécurité, les conditions de travail et d'autres sujets qui sont aussi dignes d'intérêt.

Le problème est que la Créativité ne se décrète pas, tout au plus peut-on la stimuler !

Notre syndicat, fidèle à ses principes d'indépendance et d'épanouissement de l'individu, a toujours signé les accords relatifs d'abord, aux suggestions puis aux Initiatives Concrètes de Progrès, sous la condition de ne pas aboutir à des quotas imposés de production intellectuelle.

Dans leur course à l'atteinte des KPI¹ suscités par la Direction Générale, certaines Directions seraient tentées de franchir le pas et d'imposer des objectifs du genre : 3 ICP par an et par personne dans les entretiens de fin d'année. Cette pratique peut se révéler dangereuse à la fois pour le personnel et pour l'Entreprise : ne serait-on pas amené à inventer des problèmes, afin de trouver les solutions qui vont avec ? Dans le quotidien, les problèmes ne manquent pas. Chacun de nous doit en résoudre journallement afin de produire un travail de qualité.

Dans les années 1980, le professeur JURAN² jetait un pavé dans la mare en déclarant que les problèmes de qualité relevaient d'abord du Management supérieur de l'Entreprise. Cette vérité reste toujours d'actualité.

Qui n'a pas été confronté à des problèmes de procédure, de documentation, d'organisation dépassant les limites de son initiative et le périmètre de son UET pour trouver leur origine dans une Direction éloignée ?

Un des grands enseignements des séminaires « Qualité Totale » des années 90 était de d'abord identifier les problèmes et chercher ensuite les solutions. « Bienvenue aux problèmes car ils sont source de progrès » déclarait R.H. LÉVY en 1990. Alors identifions-les et traitons-les dans les instances appropriées.

Aurions-nous oublié la méthode des « 5 Pourquoi ? » qui parfois révèle qu'un problème posé est un faux problème ou trouve son origine là où on ne s'y attendrait pas. Dans ce contexte, la mise en œuvre de groupes de résolution de problèmes s'appuyant sur une méthode structurée semblerait mieux adaptée.

L'innovation en matière sociale a-t-elle un sens ?

En parlant d'innovation, on pense le plus souvent à la science et à la technique. C'est un réflexe normal, quand on réside au *Technocentre*. Nos efforts conjugués en la matière ne doivent-ils pas permettre à Renault, à ses alliés et à ses partenaires, de progresser dans la conquête des marchés mondiaux ?

D'immenses progrès de la science et de la technique nous subjuguent. L'aspect vérifiable des découvertes scientifiques, par les réalisations concrètes mises à notre disposition et leurs aspects utilitaristes, peut exercer sur l'être humain une véritable emprise.

Nous avons vu que dans le domaine du technique, l'innovation consiste, parfois, à reprendre une idée ancienne qui a été oubliée. De même dans le domaine spécifiquement humain et social, ne devient-il pas nécessaire de retrouver les valeurs qui ont fondé notre civilisation ?

Ainsi, rappelons-nous que l'homme ne se réduit pas à un « producteur » ou à un « consommateur ». Une vraie approche de l'homme englobera toutes ses dimensions (individuelle

¹ KPI = Key Progress Indicator

² Le Professeur JURAN, Qualiticien, est intervenu pour améliorer la qualité des voitures produites dans l'Île Seguin

et sociale, matérielle et spirituelle), tiendra compte de son origine et de sa destinée. Depuis 2000 ans, nos sociétés en Occident ont été profondément marquées par l'idée de transcendance et par un usage de la raison élargi à tout ce qui est spécifiquement humain.

Alors que nos projets à l'International concernent tout autant des pays marqués par le christianisme que des pays imprégnés d'autres traditions, le problème se pose de savoir s'adresser à ces partenaires tout en restant respectueux de leur culture. Pour favoriser le dialogue, nous ne pouvons pas restreindre le domaine exploré par la raison au seul aspect technique ni rejeter les questions fondamentales...

C'est pour cela que l'organisation du travail dans nos centres tertiaires ou nos usines, en France comme à l'étranger, ne doit pas être seulement *efficace* mais également *respectueuse* des hommes et des femmes dans ce qui fonde leurs *dignités*. C'est le *plus* que veut apporter notre syndicat de Guyancourt, syndicat d'inspiration chrétienne. **Travaillons ensemble** est heureux de s'associer à cette démarche et de s'en faire l'écho.

Le jour du patron

Une tradition américaine importée par le MEDEF, le *boss' day* – littéralement le « jour du patron » - invite les salariés à célébrer la fête de l'entreprise chaque troisième jeudi du mois d'octobre. Notre syndicat observe que des travailleurs de la métallurgie en France n'ont pas besoin de « copier-coller » et de célébrer le « boss' day ». Dans le Nord, ils ont déjà la tradition de célébrer leur « saint » patron (Saint Éloi) le 1^{er} décembre. A l'usine de DOUAI, le lundi qui suit la fête du Saint Éloi est chômée et payée.

Intéressement aux performances et aux résultats

L'intéressement est un dispositif facultatif, instauré par un accord négocié. Il permet d'associer financièrement les salariés aux performances de l'entreprise.

Le versement de primes, par nature aléatoires puisque non garanties, est donc rendu possible par les syndicats signataires de ces accords. Là aussi, la signature de notre syndicat est bénéfique aux salariés.

Après une avance de 320 € au titre de la performance de l'Etablissement versée avec la paie d'octobre, c'est 20 € par tranche de 100 € de salaire brut « Sécurité sociale » (avec un talon de 426,75 €) que nous allons percevoir au titre des résultats le 14 novembre.

Cette avance, qui matérialise les efforts de chacun, est la bienvenue. Restons toutefois vigilants, pour que les intérêts de l'entreprise ne soient pas focalisés sur le profit à tout prix.

Appel à contribution !

Merci de nous faire connaître vos réactions.

Auprès d'un(e) délégué(e) ou par e-mail :

contact-tcr@travaillonsensemble.org