

" THE GREAT RESIGNATION "

OU LA GRANDE DÉMISSION



C'est le nom donné aux Etats-Unis au phénomène d'accélération des démissions dans de nombreux secteurs. Le groupe Airbus semble également touché par ce phénomène : alors que les soubresauts d'une reprise se font sentir côté avion, que l'armement est euphorique et que le spatial voit son activité "satellisée" les services RH sont à la peine et les industriels s'inquiètent.

En effet, les démarches de démissions, requêtes de rupture conventionnelle sont nombreuses. Non le phénomène n'est pas totalement lié à la queue de comète des plans sociaux qui ont généré quelques déçus, car il touche toutes les classes d'âge et toutes les catégories, de l'ouvrier au cadre supérieur.

Les changements de vie ou la migration vers des entreprises qualifiées de plus attractives deviennent monnaie courante.

Les démissions vers d'autres sociétés proposant des conditions de rémunération plus favorables aussi. La lourdeur des process groupe et la lenteur des prises de décisions contribuent aussi à décourager certains salariés en recherche de plus d'agilité, de réactivité, d'efficacité.

Une réponse facile pour expliquer ces démissions serait d'évoquer "l'aircraft bashing" mais cela ne concerne que la branche avions, or le phénomène touche toutes les sociétés du groupe.

Ces départs ne sont en fait que la face visible de l'iceberg, qui d'ailleurs ne fond pas.

Lors d'entretiens avec les salariés nous rencontrons de plus en plus de personnes qui ont changé leur rapport au travail, à l'entreprise.

Une sorte de détachement voire de désengagement qui les amène à fonctionner dans des systèmes qu'ils n'essaient plus de comprendre ou d'optimiser.

La passion, la fierté du produit et l'appartenance ne sont plus qu'une fine couche de vernis que l'on retrouve dans les communications "corporate", des valeurs qui ne se décrètent pas, poussent lentement et peuvent être ravagées par la moindre injonction paradoxale.

Et plutôt que de tout ramener à des considérations financières **la CFE-CGC revendique un investissement fort dans l'humain et la motivation** (même si nous savons bien qu'elle ne se décrète pas et s'achète encore moins).

Le premier pas sera déjà de reconnaître cette difficulté pour pouvoir mieux la surmonter.

Vouloir appliquer à notre activité le modèle de l'industrie automobile ou au contraire vouloir faire du groupe un Google de l'aérospatiale sont des solutions toutes faites qui ne sont pas viables aux yeux de la CFE-CGC.

Notre Groupe l'a déjà démontré par le passé il est capable de faire de très grandes choses et surtout de rendre fiers les salariés qui le composent.

Cela passera par de l'échange et de l'investissement en temps et en argent sur les leviers de l'engagement que sont:

- Une vision et une stratégie claires et partagées
- Les conditions de travail (aussi bien matérielles qu'organisationnelles)
- La qualité du travail (assimilée au bien être, au sens du travail, à l'utilité du travail)
- Un allègement des process, de la bureaucratie qui plombe notre agilité, notre capacité à prendre des décisions rapides et adaptées aux besoins de terrain
- Une reconnaissance du travail de chacun (et pas seulement financière)