

C'EST A DIRE



L'ÉTÉ DU CHANGEMENT

En juillet dernier, le Conseil d'administration de la SNCB a été renouvelé - comme prévu par la loi de réforme des entreprises publiques, dont nous parlons dans ce numéro. En plus de son président Michel Damar et de l'Administrateur-délégué Etienne Schouppe, il se compose à présent de 12 membres "ordinaires", issus du monde extérieur et des organisations syndicales, et de 5 administrateurs-directeurs: J.-P. Van Wouwe, A. Martens, M. Page, L. Pardon et L. Devillers.

Un des premiers actes du nouveau Conseil, réuni au complet le 5 août, a été l'approbation de deux conventions conclues avec l'Etat. L'une concerne la création du Fonds TVG, l'autre le plan décennal

d'investissements. Nous en parlons aussi.

Depuis le 1er août, il existe deux départements Marketing-Ventes. L'un, dirigé par Leo Pardon (qui était directeur adjoint au département), se consacre

au transport des voyageurs. L'autre, baptisé Cargo, gère les transports de marchandises. Il est dirigé par Louis Devillers, précédemment directeur du district sud-est. Nous parlons de Cargo dans cette édition.

D'autres désignations surviendront prochainement: 2 vice-présidents, un directeur général et un directeur général adjoint qui, avec Michel Damar et Etienne Schouppe, formeront le comité restreint de la SNCB.

LA SNCB SE TRANSFORME



SOMMAIRE

REFORME DES ENTREPRISES PUBLIQUES 2

CARGO 3
UNE NOUVELLE IDENTITE POUR
NOTRE SECTEUR MARCHANDISES

10 ANS D'INVESTISSEMENTS 4
LE PLAN DECENNAL EST LANCE
L'ETABLISSEMENT DU RESEAU
TGV PEUT DEBUTER, ET UN
FONDS EST CREE EN FAVEUR DE
L'ENVIRONNEMENT

La vie évolue. Si nos besoins ont changé, nous devons développer de nouveaux outils pour réaliser ce que nous souhaitons. Ce qui est vrai pour nous l'est aussi pour les entreprises. Celles-ci évoluent et se transforment régulièrement. Elles adaptent leur outil de production et modifient leur organisation pour mieux atteindre leur but.

Pour les entreprises du secteur public, spécialement dans le domaine des communications et des transports, l'environnement économique et social a lui aussi fort évolué. Les besoins des gens se sont transformés. De véritables révolutions technologiques sont intervenues. La concurrence s'est développée et est devenue très agressive. De plus, le contexte international se modifie du tout au tout, particulièrement en Europe. L'achèvement du Grand Marché, prévu pour la fin de 1992, va encore accroître les échanges et la concurrence. Il était donc devenu indispensable d'armer nos entreprises publiques pour qu'elles puissent faire face à ce grand défi avec de bonnes chances de succès, pour qu'elles puissent remplir leurs missions à la satisfaction générale.

C'est pourquoi le gouvernement a décidé la réforme de quatre entreprises du secteur des communications et des transports: la SNCB, la Poste, la RTT et la RVA. L'objectif fondamental de cette réforme est double:

- assurer la compétitivité des entreprises publiques dans leurs activités qui sont en concurrence avec d'autres entreprises (privées);
- améliorer les conditions dans lesquelles elles assument leurs missions de service public.

Dans ce contexte, la loi du 21 mars 1991 contient de nombreuses règles qui:

- accroissent l'autonomie de ces entreprises;
- impliquent pour chacune d'elles la nécessité de passer avec l'Etat un contrat de gestion qui fixe les règles et conditions spéciales selon les-

quelles ces entreprises autonomes exercent les missions de service public qui leur sont confiées par la loi.

En outre, la loi a modifié les organes de gestion de ces entreprises afin de leur permettre de mieux atteindre leurs objectifs. Elle prévoit ainsi, pour chaque entreprise, un conseil d'administration et un comité de direction et, pour la SNCB, un comité restreint. Le conseil comprend des administrateurs ordinaires (12 à la SNCB) et des administrateurs-directeurs (5 pour notre société). Ces derniers forment, avec l'administrateur-délégué, le comité de direction chargé de la gestion journalière de l'entreprise. Ces nouveaux organes ont été mis en place durant le mois de juillet dernier, comme nous le relatons par ailleurs. ■

LE NOUVEAU CONSEIL D'ADMINISTRATION DE L'ENTREPRISE

Président

Michel Damar

Administrateurs

Herwig Bamelis
Vincent Boulard
Michel Bovy
François Camarata
Toon Colpaert
José Damilot
Michel Debauque
Edwin Jacobs
Albert Stassen
Hugo Van Wezemael
Clair Ysebaert

Administrateur-délégué

Etienne Schouppe

Administrateurs-directeurs

Jean-Pierre Van Wouwe
Antoine Martens
Maurice Page
Leo Pardon
Louis Devillers

C'est à dire est publié par la cellule des relations extérieures des Services généraux, produit par l'imprimerie centrale de la SNCB et distribué par le factage général (code 99999:00).

Pour nous donner votre avis: C'est à dire - SG 01.4 - section 50 - Bruxelles

CARGO: UNE IDENTITÉ D'ENTREPRISE *pour une équipe au service des clients*

CARGO est l'appellation sous laquelle nous parlerons désormais du service des marchandises.

C'est le nom d'une entreprise, c'est-à-dire d'une équipe de femmes et d'hommes qui mettent tout en oeuvre pour bien servir leurs clients.

UNE ENTREPRISE ET DES DÉFIS

La SNCB est l'entreprise publique de transport ferroviaire. Elle doit faire face à deux défis en cette fin de siècle. Celui du marché unique européen, qui modifiera les conditions dans lesquelles elle travaille à l'échelle internationale. Et celui de la croissance de la mobilité, qui incite les autorités, tant européennes que nationales, à consacrer plus d'attention et de moyens au transport ferroviaire.

Pour relever ces défis, la SNCB adopte résolument une démarche dynamique, tournée vers le marché. Mais elle travaille aussi sur des marchés divers.

Dans le domaine des voyageurs, elle est tantôt service public, tantôt entreprise commerciale. Dans le secteur des marchandises, elle se présente sur le marché à l'égal de tous les autres transporteurs.

UN VISAGE COMMERCIAL

Prestataire de transports, le chemin de fer se doit d'avoir une identité connue tant de ceux qui font appel à lui que de ceux qui le feront demain. Dans le contexte de concurrence, une "administration", ensemble anonyme, ne peut répondre avec succès aux attentes de la clientèle.

Lorsqu'ils font appel à un transporteur routier, les expéditeurs rencontrent un responsable d'entreprise, pour discuter du prix et des autres modalités. Ce responsable est le visage de l'entreprise de transport. C'est à lui que l'expéditeur s'adresse si un problème surgit. A travers cette personne, le client se sent en contact avec l'entreprise, et cela lui donne confiance.

Pour la SNCB, le visage connu, le partenaire sera l'équipe CARGO, groupée sous un logo particulier, moderne, évocateur. En rencontrant un membre de CARGO, le client

devra avoir le sentiment d'être en contact avec un monde qui est plus à sa dimension qu'une vaste société de 45.000 personnes.

VENTE ET SERVICE

CARGO se situe donc - si l'on peut dire - en façade du chemin de fer, là où l'expéditeur de marchandises établit le contact avec son transporteur.

Son rôle est de créer et de promouvoir des produits modernes, performants, attrayants, qui répondent à la demande des clients existants ou qui décident les expéditeurs qui boudent

le chemin de fer à lui confier

leurs envois. C'est aussi d'observer

le marché et d'en préciser les exigences en constante évolution, pour aménager les

produits et l'outil - comme le font nos concurrents - afin d'améliorer toujours notre compétitivité.

C'est, plus encore, de fournir le service complet, qui dégage le client de tout souci autre que la production de ses marchandises. Cela signifie: résoudre des problèmes logistiques, suivre attentivement les envois, mettre au point des solutions originales, personnalisées.

L'AVENIR DU RAIL

L'avenir du rail tient à deux éléments essentiels: disposer d'un outil de commercialisation efficace pour un outil de production performant. L'outil de production va, dans les années qui viennent, être sensiblement amélioré. Le plan décennal d'investissements en atteste.

En matière de commercialisation, il faut progresser dans le même sens, pour accroître l'activité dans les secteurs où une rentabilité correcte peut être dégagée. Pour acquérir une clientèle nouvelle, qui nous accorde sa confiance et nous devienne fidèle.

Le chemin de fer possède des avan-

tages propres. L'important est de les mettre en valeur et de les faire servir. Ainsi, nous pourrions incontestablement apporter notre contribution à la solution de l'épineux problème de la saturation du réseau routier ou de la protection de l'environnement.

Nous y parviendrons en séduisant les expéditeurs par une offre adéquate, imaginative, bien adaptée aux besoins. Et nous les séduirons en leur offrant un service de haute qualité, qui réponde pleinement à leur attente.



CARGO sera cette entreprise de service qui fera connaître les atouts du rail et s'efforcera, en collaboration avec les services techniques et logistiques, de leur donner encore plus d'impact.

UNE IMAGE

Une entreprise doit avoir une image, un signe distinctif qui permette de la reconnaître au premier coup d'oeil. CARGO est donc identifié par un logo qui associe le de la SNCB au mot CARGO, bien connu dans le monde du transport des marchandises.

Cette marque de fabrique apparaîtra sur les documents administratifs, informatifs, publicitaires, sur les cartes de visite, à tous les endroits où cette identité peut être soulignée.

Partout, nous mettrons en exergue qu'une entreprise de transport spécialisée est à la disposition des industriels et des intermédiaires pour leur fournir un service de qualité. ■

PLAN DÉCENNAL ET FONDS TGV: 176,5 milliards pour le réseau intérieur, 11,7 milliards pour les communes

Fin juillet, après consultation des exécutifs régionaux, le gouvernement a donné le feu vert au plan décennal d'investissements qui vise la modernisation de notre réseau intérieur. Quasi en même temps, il a débloqué le dossier TGV, en autorisant la création d'un fonds destiné à aider les communes traversées par les lignes à grande vitesse.

Les deux décisions sont formulées dans des conventions entre l'Etat et la SNCB, de telle manière que les responsabilités réciproques soient bien précisées.

Nous voilà donc en mesure à la fois d'entrer dans l'ère de la grande vitesse et de donner au réseau intérieur le coup de jeune dont il a besoin. Cette simultanéité était, rappelez-le, un principe de base inscrit dans la déclaration gouvernementale.

10 ANS D'INVESTISSEMENTS

La modernisation du réseau intérieur doit, dans le cadre du plan STAR 21, s'étaler sur deux décennies. Ce qui est décidé aujourd'hui est donc une première phase, étalée de 1991 à 2000.

Au cours des deux premières années, le Ministère intervient respectivement pour 11 et 13 milliards. Par après, suivant l'intention annoncée par le Ministre, il injectera chaque année 15 milliards dans la réalisation du programme.

A cette somme s'ajouteront diverses interventions, de la SNCB et de tiers, pour atteindre une moyenne de 17,65 milliards par an, et donc un total de 176,5 milliards en dix ans.

La convention prévoit qu'en 1995, la SNCB propose au Ministre un nouveau plan, portant sur la période 1996-2005. Ainsi, rien n'est figé, et tous les 5 ans, des corrections peuvent être apportées - en fonction de l'évolution - à ce qui a été décidé pour une période plus longue.

TROIS GRANDS CHAPITRES

Le programme est divisé en trois grands chapitres, qui concernent:

- l'infrastructure;
- le matériel roulant;
- l'informatique et l'administration générale.

Dans les deux premiers chapitres, le plan distingue ce qui est spécifique au trafic voyageurs d'une part, au trafic marchandises de l'autre. Bien sûr, certains projets seront bénéfiques aux deux types de trafic. Par exemple, l'élévation de la vitesse à 200 km/h entre Bruxelles et Bruges en même temps que l'augmentation de la capacité sur cette même ligne aura deux effets simultanés:

- le trafic voyageurs y gagnera en rapidité et en fiabilité;
- les trains de marchandises (de plus en plus nombreux, vu l'expansion du port de Zeebrugge) à charge maximale (22,5 t. par essieu) pourront également rouler un peu plus vite dans de bonnes conditions de sécurité.

Comme exemples d'investissements spécifiques, on peut citer:

- en trafic voyageurs: le programme d'amélioration de l'accueil dans les gares;
- en trafic marchandises: l'électrification de Dinant-Athus, qui créera un axe nord-sud complet sans changement de traction tout en libérant la ligne 161 d'une partie de son trafic marchandises (au bénéfice de la régularité du trafic voyageurs).

Un plan d'information est à l'étude au moment où nous mettons cette édition sous presse. Il comprendra un volet destiné au personnel de la SNCB. Un peu de patience donc, et tous les détails vous seront fournis.

FONDS TGV: L'ENVIRONNEMENT PRÉSERVÉ

Le Fonds TGV, qui sera géré par la SNCB, est une enveloppe financière dans laquelle les communes traversées par les lignes à grande vitesse pourront puiser - sous des conditions précises - pour diverses raisons:

- rétablir les voiries et canalisations communales ainsi que les dispositifs d'éclairage, et rétablir l'accessibilité des terrains agricoles après l'achèvement des chantiers;
- prendre des mesures en faveur de l'environnement, et en particulier lutter contre les nuisances sonores;
- mener des projets de nature urbanistique et rurale.

La convention conclue entre l'Etat et la SNCB détaille les conditions dans lesquelles le fonds sera accessible aux communes. Elle établit également une ventilation des sommes selon les besoins estimés des communes concernées (l'estimation se base sur les travaux que la SNCB réalisera et leurs effets immédiats pour chaque commune).

Au total, c'est une enveloppe de 11,706 milliards qui est ainsi créée. Cette somme est totalement indépendante du plan décennal décrit plus haut: les investissements liés au réseau de grande vitesse ne sont pas repris dans les 176,5 milliards de modernisation du réseau intérieur. ■