



Santé et sécurité

Au vu de nos performances 2005, nous avons pu constater que nous avons fait des progrès dans le domaine de la protection de nos employés et de la protection de notre environnement interne et externe. Cette année nos investissements (capex) ont porté principalement sur l'amélioration de la sécurité des sites. En dépit de l'amélioration de la tête de couchage de la ligne 10 à Bellegarde, de l'important travail d'évaluation des risques HSBC (assurance) mené sur tous les sites et de l'excellent travail accompli sur le procédé de polymérisation à Rorschach, qui ont contribué à augmenter la confiance que nous avons dans notre système sécurité, nous ne pouvons nous permettre d'en rester là.

Les améliorations de la procédure d'audit TrendTracker permettent d'assurer un meilleur contrôle conformément à l'engagement sécurité exprimé par le Conseil d'administration et les SET et RMT européens. À chacune des réunions SET et RMT, nous examinons de nouvelles méthodes pour améliorer la sécurité. Notre engagement est de mettre la sécurité en tête de nos priorités et d'améliorer la sécurité de tous.

Notre prochain objectif est de réduire le nombre d'accidents, qui bien que bénins pour la plupart, continuent d'être une préoccupation pour nous. Les rapports d'accidents montrent que nous avons un long chemin à parcourir et que nous devons impérativement revoir nos procédures de base concernant plus spécialement la manutention et la propreté des locaux. Bien que l'évaluation des risques nous permette d'améliorer la manutention et que les demandes d'investissement pour les améliorations de santé et de sécurité soient toujours les premières satisfaites, il y a un domaine qu'il sera facile d'améliorer et qui nous concerne tous : l'ordre et la propreté de nos locaux. Partant du principe qu'il y a « une place pour chaque chose et que chaque chose doit être à sa place », nous réduirons le nombre des accidents corporels bénins et nous améliorerons la sécurité des process. L'ordre et la propreté jouent un rôle majeur dans l'amélioration de la sécurité, car ils nous imposent d'adopter de meilleures pratiques de travail et nous permettent de travailler dans un environnement propre et rangé, ce qui réduit les risques d'accidents corporels tout en améliorant notre efficacité au travail.

Performances de l'activité

Les ventes de janvier et de décembre ont montré une tendance encourageante par rapport à l'année précédente (augmentation d'environ 6%) et les projections des deux mois qui viennent attestent que les ventes sont proches de notre prévision interne, ce qui aussi montrait une augmentation par rapport à l'année précédente.

Notre contrôle des coûts continue de bien fonctionner, mais nous avons eu des frais de services publics plus importants que prévus. Nos écarts de coûts de fabrication se sont améliorés dans la première moitié de l'année, mais ont été plus élevés que ce que nous attendions au cours des derniers mois. Les équipes des sites travaillent intensément pour remédier à cette situation.

Nous sommes très encouragés par l'augmentation globale de la rentabilité que nous commençons à voir poindre, mais nous reconnaissons qu'il y a encore beaucoup de chemin à parcourir. Pour atteindre nos objectifs internes 2005 / 2006, nous avons besoin que chacun de nous fasse le maximum dans les dernières 6 semaines de l'exercice comptable. Nous pourrions ainsi montrer à notre Conseil d'administration que nous avons amélioré nos performances sur l'exercice entier et que nous allons (je l'espère) poursuivre dans cette voie.

Directeur des ressources humaines pour l'Europe

Dans le cadre de notre engagement visant à améliorer notre stratégie concernant le personnel, l'équipe SET européenne a nommé John Bertone au poste de DRH Europe.

John a pris ses nouvelles fonctions le lundi 6 février 2006 tout en conservant celles de directeur financier du site de Ghislarengo, où il continue d'être basé. John dépendra directement de Derek Sherwin, le directeur des opérations européennes, pour ses activités de RH et de Chris Smith directeur financier européen pour les finances italiennes. Les directeurs financiers européens en France et en Suisse qui sont actuellement sous la direction de John seront désormais sous la responsabilité directe de Chris Smith.

Bien que John ait peu d'expérience directe dans le domaine des ressources humaines, il a une connaissance approfondie des pratiques d'entreprise et une grande expérience de la gestion des systèmes et du management des employés. John a fait la preuve auprès de l'équipe SET qu'il avait les compétences professionnelles ainsi que l'approche pragmatique permettant d'ajouter de la valeur à l'activité et à l'équipe RMT dont il fera désormais partie.

John aura plusieurs objectifs, mais cette année il va principalement orienter ses efforts sur les plans d'intéressement, la planification des remplacements et sur la constitution d'une base de données RH européenne et mondiale qui sera faite en collaboration avec nos collègues Nord-Américains.



Changements dans les directions techniques

David Grapotte – Directeur technique Suisse

Nous avons le grand plaisir d'annoncer que nous allons dépêcher David Grapotte en Suisse pour prendre la direction de l'équipe technique basée à Rorschach et pour renforcer les ressources techniques de ce site. La plate-forme technique de Rorschach nous donne une occasion unique d'augmenter notre activité par le développement de nouveaux produits et de nouveaux procédés. Nous croyons fermement que l'expérience, les compétences et les efforts de David contribueront efficacement à ce que le site de Rorschach continue dans la voie de la réussite.



Robert Mayan – Directeur technique pour la France et l'Italie

Nous sommes également très heureux d'annoncer que nous allons transférer Robert Mayan en France pour qu'il prenne la direction des équipes techniques françaises et italiennes. Dans son nouveau rôle, Robert pourra s'appuyer à la fois sur son expérience précédente de directeur technique et sur une bonne connaissance des plate-formes technologiques Scapa qu'il a acquise en dirigeant les principaux projets techniques des sites européens Scapa.

Christophe Chauvin – Coordinateur du projet Customer NOW! pour le service technique

Dans le cadre du programme Customer NOW!, le groupe technique s'est engagé à améliorer la réactivité et la souplesse de notre service technique pour les produits standards.

Nous avons projeté des améliorations pour les clients internes qui devront être mises en place avant le 31 mars 2006, puis d'étendre nos services aux clients externes au plus tard le 30 septembre 2006.

Une équipe projet a été constituée à partir de l'équipe technique et de la direction produit. Comme il en est pour les cinq autres projets Customer NOW!, cette équipe devait avoir un coordinateur de projet et un parrain SET / RMT.

Au démarrage du projet, Steve Dell a occupé ces deux fonctions. Maintenant, l'équipe s'est étoffée et nous avons le plaisir d'annoncer que Christophe Chauvin a accepté d'assumer la responsabilité de la coordination du projet du service technique (Steve reste le parrain de SET / RMT).



Achats Europe

Beaucoup d'entre-nous sont conscients que les prix matières ont terriblement augmenté au cours des 9 derniers mois à cause principalement de l'élévation du prix du pétrole et des matières premières. L'équipe des Achats Europe a beaucoup travaillé pour essayer de contenir ces augmentations qui n'étaient pas prévisibles un an plus tôt.

L'année dernière le RMT a lancé un projet de collaboration avec une entreprise de conseil visant à améliorer nos procédures d'achat et à aider l'équipe des achats à contenir et à réduire nos coûts d'approvisionnement. Une nouvelle approche a été mise en place pour cette partie très importante de notre activité. Comme presque toutes les entreprises industrielles sont également dans une situation difficile ainsi que nos concurrents, nous ne sommes pas seuls, mais il semble que nous ayons fait mieux que prévu.

Comme le coût matières représente presque la moitié de notre coût produit, il est facile de comprendre que toute amélioration sur ce plan peut avoir un impact très important sur notre marge opérationnelle. Nous mesurons notre efficacité au niveau des achats en utilisant le RMPI (indices des prix des matières premières). Cela nous donne une bonne idée des mouvements des coûts et cela nous permet de gérer nos marges, nos coûts produits et les prix que nous facturons à nos clients. Chaque équipe des achats d'un site travaille sur un indice fixé à 100% au début de l'année et s'efforce de maintenir un indice constant tout au long de l'année pour nous permettre de contenir nos coûts. En octobre, lorsque le prix du pétrole a commencé à augmenter, nous pensions que l'indice allait atteindre 107% mais l'équipe s'est efforcée de réduire cette progression en contrôlant et en gérant au mieux les coûts matières. Les résultats sont meilleurs que ce que nous avions espéré et nous le devons intégralement aux personnes directement concernées et au soutien des autres services qui ont contribué à réduire l'impact des hausses de prix. Après des discussions et des négociations souvent très tendues avec la plupart de nos fournisseurs qui cherchaient à nous répercuter leurs coûts, nous avons réussi à ce que tous n'obtiennent pas gain de cause. Beaucoup de personnes doivent être remerciées pour leur contribution à ce résultat, dont le service technique, le service d'ingénierie des procédés et le service production, mais il reste encore beaucoup à faire. Les coûts matières sont encore un souci, mais grâce à un bon travail d'équipe, nous progressons dans la bonne voie. Merci à tous pour vos efforts !

Nouvelles commerciales par Andy Woodward

Au moment où nous commençons à faire des plans pour la prochaine année Scapa, il est important de rappeler quelques bons concepts et principes essentiels à toutes les personnes qui travaillent dans l'entreprise. Bien que ma perspective soit assurément technique et commerciale, je pense que si nous commençons à appliquer certains de ces concepts et à développer un comportement cohérent en ciblant des objectifs communs, nous en profiterons tous et nous réussirons à distancer nos concurrents.

Notre nouvelle année se structure autour des concepts suivants : si nous mettons tous ces concepts au centre de tout ce que nous faisons chaque jour, notre réussite est assurée.

Souplesse et réactivité dans tous les domaines de notre activité

Orientation sur : l'augmentation de la marge, les produits spécialisés, les clients et les marchés utilisateurs finaux

Plus d'efforts faits sur les : « opportunités de croissance » que sur les « structures et systèmes internes »

Le premier concept concerne un changement de culture qui a été identifié dans Customer NOW! et qui s'il est réellement appliqué réduira les occasions manquées au minimum. Cela garantira également que Scapa devienne le premier point de référence des clients pour de nouveaux produits, de nouvelles idées et de nouveaux défis. Si nous montrons à tous nos clients qu'il est « facile de traiter avec nous », cela nous apportera de nouvelles opportunités, une augmentation de nos ventes et de nos marges et une stabilité de notre activité à long terme.

Le deuxième concept insiste sur la difficulté de tout faire bien pour tous les clients et ramène au premier en donnant une définition des types de clients et de marchés que nous voulons cibler. Lorsque ce concept (**voir changements dans la direction produits**) sera plus avancé, nous veillerons à l'appliquer efficacement à tous les domaines de notre activité et à faire en sorte que nous saisissons réellement les « meilleures » opportunités.

Le dernier concept insiste sur la « créativité » pour satisfaire le client. Comme nous voulons être sûrs de répondre le plus vite et le plus efficacement possible à nos clients, nous allons être contraints de faire tomber certaines barrières que nous avons élevées dans nos systèmes et nos procédures commerciales. Nous avons tous conscience que le système SAP, les règles et les procédures sont un frein dans la relation que nous entretenons avec nos clients. C'est la raison pour laquelle nous devons tous chercher de nouveaux moyens plus efficaces pour mieux gérer les demandes clients, les nouvelles initiatives produits et les défis auxquels nous sommes confrontés dans tous les domaines de notre activité.

Si nous parvenons à vivre ces trois concepts au quotidien, nous allons constater rapidement les progrès attendus. Je suis convaincu que vous pouvez vous concentrer sur ces trois actions simples. Elles permettront à tous de réussir, d'augmenter nos parts de marché et d'améliorer nos vies sur un plan personnel.

Dans le domaine commercial, nous avons développé les priorités suivantes qui vont dans le sens des concepts énoncés ci-dessus :

Améliorer les prévisions commerciales, l'élaboration des budgets et la planification. Si nous commençons tous à mieux anticiper notre activité et à mieux comprendre nos clients, nos fournisseurs et nos concurrents, nous pourrions mieux servir nos clients et garantir notre rentabilité.

La réussite est contagieuse. Si nous remportons des succès, nous aurons besoin de les consolider en les communiquant à l'entreprise toute entière ainsi qu'à nos clients (si possible). Si nous commençons à engranger de nouvelles ventes, je suis sûr que nous serons plus heureux de faire partie de l'équipe Scapa et que nous aurons plus de plaisir à effectuer nos tâches quotidiennes. On est heureux d'appartenir à une équipe qui gagne et je suis convaincu que cet événement est largement à notre portée si nous le voulons vraiment.

Ne jamais perdre un compte existant. Bien que la perte d'un client soit parfois inévitable, nous devons tout mettre en œuvre pour que cette éventualité soit réduite au minimum. Si nous savons qu'un client n'est pas satisfait et qu'il envisage de changer de fournisseur, nous devons faire tout notre possible pour le convaincre de rester chez Scapa. Si le client a un problème de livraison, nous devons trouver des moyens de le résoudre au niveau des stocks, si c'est une question de prix, nous devons proposer sans tarder des solutions moins chères et s'il s'agit de relationnel, il faut trouver d'autres personnes pour traiter avec lui. Quel que soit le problème (en dehors des produits obsolètes), nous ne devrions jamais perdre un client établi.

L'équipe Scapa est mondiale. Nous devons toujours avoir conscience que tous les membres de l'équipe Scapa travaillent avec le même objectif de résultat et que chacun de nous veut réussir dans son travail à l'intérieur de l'entreprise. Certains secteurs de l'entreprise, que ce soit à la suite d'acquisitions, pour des raisons de spécificité linguistique, de différence culturelle ou de stratégie commerciale, pensent qu'ils constituent une équipe à part. Cette impression est fautive, car nous travaillons tous à la réussite de Scapa. Il ne faut jamais oublier que nous devons toujours améliorer ce que nous faisons pour faire mieux que nos concurrents et que nous devons gagner plus souvent qu'eux. Nous devons donc faire en sorte qu'il n'y ait aucun joueur faible dans l'équipe. Des solutions sont toujours possibles (formation, conseil, tutorat, management) mais sur un plan personnel, nous devons constamment nous contraindre à nous améliorer si nous ne voulons pas être battus par la terrible concurrence.

Trésorerie et profit sont d'une importance presque égale. Le vieil adage selon lequel le profit est l'aspect le plus important de l'entreprise (à moins que ce ne soit « le client a toujours raison » ?), n'est plus applicable dans le monde actuel. Il y a maintenant deux maîtres mots : le profit et la trésorerie (cash-flow en anglais). Nous devons faire des bénéfices pour survivre dans le monde d'aujourd'hui, mais on peut aussi mener la plus profitable des entreprises à la cessation de paiement si on ne gère pas correctement son besoin en fonds de roulement. Trop de stocks, des délais de paiement trop longs (comptes clients trop importants), des retards de paiement et des règlements fournisseurs trop courts, peuvent mettre en péril une entreprise bénéficiaire. Nous devons comprendre et reconnaître ces mécanismes d'économie d'entreprise pour être sûr que chacun prenne les bonnes décisions. Prenez quelques minutes pour en parler à votre supérieur !

Ciblage produits pour cette année. Exafit (ruban adhésif mousse double face pour montage de plaques d'impression flexographiques), AFT (ruban adhésif mousse acrylique), rubans tissu pour faisceaux automobiles, rubans mousse PE, rubans médicaux, rubans adhésifs de transfert / enduits double face et produits découpés à l'emporte-pièce, sont tous des produits phares que nous ciblerons particulièrement cette année. Dunstable et Rorschach seront les sites sur lesquels nous porterons plus particulièrement notre attention pour améliorer la rentabilité, mais cela ne signifie en aucun cas que nous délaisserons les autres sites et les autres gammes de produits. L'année dernière, les sites de Ghislarengo et Ashton ont beaucoup amélioré leur rentabilité et nous devons trouver des solutions pour faire la même chose à Dunstable et à Rorschach.

J'aimerais remercier personnellement toutes les personnes qui travaillent chez Scapa pour leurs efforts et les remercier aussi de m'avoir permis de les écouter et d'apprendre plus sur mes collaborateurs de l'équipe Scapa pour que nous puissions mieux travailler ensemble à la réussite de l'entreprise.



Andy Woodward
Directeur technique & commercial, Scapa Europe

Bienvenue à la nouvelle équipe chef de produit

En février, nous avons annoncé que nous allions renforcer l'équipe de chef de produit . Chef de produit joue un rôle de plus en plus important dans la croissance des ventes profitables dont l'entreprise dépend.

Changements dans l'organisation :

1. Chaque gamme de produits dépend désormais d'un chef de produit à plein temps.
 2. Le chef de produit est responsable de ses gammes de produits pour l'ensemble de l'Europe.
 3. Dans le cadre de sa fonction, le chef de produit a une responsabilité essentielle sur le site. Il fait la liaison entre le commercial et les opérations pour que tous les acteurs de l'entreprise aillent dans le même sens pour accompagner la croissance.
 4. Les principaux changements sont ceux qui concernent la partie industrielle de l'activité. Pour assurer la cohérence dans toutes les unités de gestion et les sites de l'entreprise, Elise Doloret, Christine Toussaint et Jonathan Forster continueront à travailler sur les gammes spécifiques des unités de gestion médical, automobile et câbles qui sont coordonnées par Neil Radcliffe.
- Dans les prochains mois, l'équipe travaillera sur différents aspects de la gestion de gamme dont :
- Favoriser la conversion des opportunités en ventes dans les délais les plus brefs.
 - Développer des cours pour former les équipes commerciales sur une base trimestrielle.
 - Définir des prix conseillés pour les principaux produits.
 - Développer des outils de vente dont la base de données produits Intranet, les histoires de cas d'application, les faiblesses et les forces par rapport aux produits concurrents.

Comme certaines de nos gammes ont déjà fait l'objet de beaucoup d'attention de notre part, elles sont quasi « complètes ». Il faudra toutefois s'assurer que toutes les personnes qui sont en contact avec le client sont parfaitement formées aux produits de ces gammes et qu'elles savent les vendre au mieux des intérêts de l'entreprise avec son soutien intégral. D'autres gammes sont moins bien développées et nécessitent une réorganisation de base avant de pousser les ventes.

Vous trouverez ci-dessous un organigramme de l'équipe. Pour chaque cas, les sites avec lesquels le directeur produit va travailler plus spécialement sont listés (site principal en tête de liste). Deux directeurs produit se partageront les responsabilités du site de Rorschach, où la gamme est plus étendue et plus complexe que sur les autres sites. Laurent Marre sera responsable des gammes de rubans pour l'impression & arts graphiques et les films spécialisés et Louise Chew sera en charge des rubans adhésifs de transfert / double face (en plus de ses responsabilités à Lymington).

L'augmentation réussie et profitable des ventes de nos gammes de produits implique la participation de tous les acteurs de l'entreprise, de la conception produit jusqu'à la livraison au client dans le respect scrupuleux des délais spécifiés par celui-ci. L'équipe direction produit travaillera en étroite collaboration avec tous les services de l'entreprise pour que les attentes du client soient satisfaites voire dépassées.

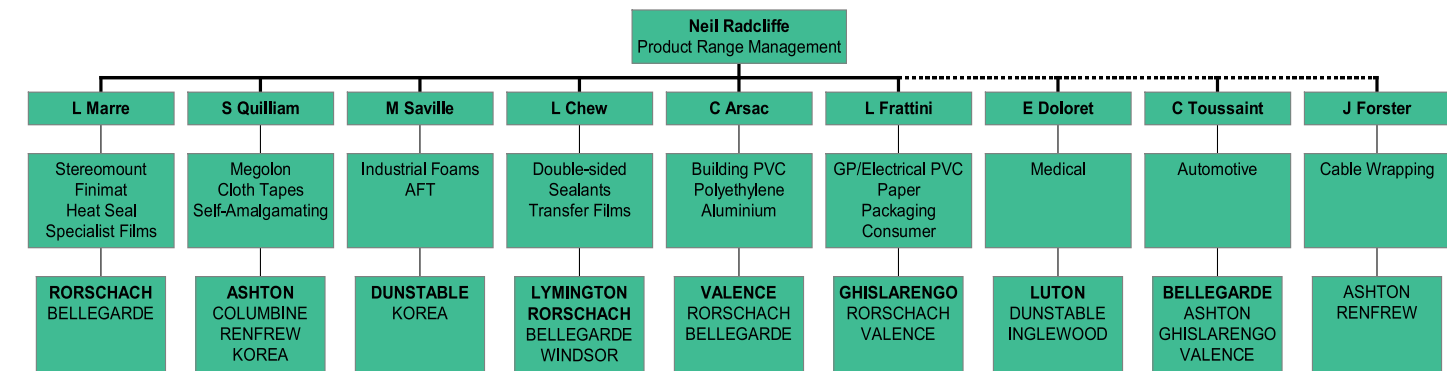
Nous sommes sûrs qu'elle pourra compter sur votre soutien.

A droite, on peut voir la nouvelle équipe de direction produits industriels lors de sa première réunion en février.

De gauche à droite : Andy Woodward, Catherine Arsac, Neil Radcliffe, Louise Chew, Martin Saville, Lorenzo Frattini, Laurent Marre, Sarah Quilliam



Product Management structure



Service client

Au cours des mois d'octobre, novembre et décembre de l'année dernière, nous avons fait le transfert des clients autrichiens et suisses de Rorschach vers le bureau des ventes de Mannheim. Mannheim sera à présent responsable de nos zones de ventes germanophones. Le transfert s'est fait sans aucune interruption de service pour nos clients et nous remercions chaleureusement toutes les personnes de Mannheim et de Rorschach qui ont contribué à cette réussite. Dans le cadre de ce transfert, l'équipe du service client a fait un certain nombre de visites clients et pour améliorer les communications avec Scapa, l'équipe de Mannheim suit actuellement des cours d'anglais. Une personne de l'équipe service client restera à Rorschach pour s'occuper des grands comptes et des clients inter-entreprise Scapa, servis à partir du site.

La seconde phase de la création d'une équipe service client unique au Royaume-Uni basée à Ashton, a été annoncée. Entre avril et décembre de cette année, les emplois qui sont actuellement basés à Dunstable seront transférés à Ashton. L'équipe d'Ashton couvrira le Royaume-Uni, la Scandinavie, le Benelux pour les rubans adhésifs et la plupart des territoires pour ce qui concerne l'équipe câbles.

Visite en Afrique du Sud

En février, nous avons eu le plaisir de recevoir Trevor Girmun, directeur général de Buffalo / Executape, notre distributeur de rubans industriels pour l'Afrique du Sud.

(Photographié avec Andy Woodward, à gauche et Roger Warwick, à droite).

Trevor a été très impressionné en visitant l'usine de constater la différence qui existe entre Denton (qu'il avait visité en 1998) et Ashton. Il nous a félicités sur l'importance de l'investissement et la qualité de la tenue des lieux.

Nous avons obtenu l'engagement de Trevor d'augmenter ses achats de rubans tissu. Il prévoit en particulier d'alimenter la machine RS310 avec un volume important de commandes de rouleaux prédécoupés.

Au cours des dernières années, le volume d'affaires que nous avons eu avec Buffalo a été en augmentation constante et cela devrait continuer, mais Trevor nous a tout de même fait remarquer que nous devons être plus innovants sur les nouveaux produits.

Trevor souhaite remercier toutes les personnes qui ont contribué à ce que sa visite soit agréable et utile.



NOUVELLES DE L'UNITÉ CÂBLES

Lancement produit **megolon+ S800**

Le marché des câbles de données permettant aux ordinateurs de se raccorder aux réseaux locaux et à l'Internet s'est considérablement développé au cours des dernières années. Il utilise majoritairement à l'heure actuelle des composés ignifuges, à faible émission de fumée et sans halogène pour la gaine extérieure du câble. Comme de nouveaux concurrents sont arrivés sur ce marché en croissance, les prix ont baissé de façon importante.

Pour être concurrentiel sur ce secteur, Scapa Polymerica a développé un nouveau composé megolon qui a une composition chimique différente des produits précédents. Répondant aux caractéristiques de base exigées pour le câble, c'est un composé bien plus facile à extruder qui permet au fabricant de câbles de faire fonctionner ses lignes d'extrusion à des vitesses beaucoup plus élevées. D'autre part, le traitement de ce composé est économique pour l'industriel, car il demande moins d'énergie. Dans les essais qui ont été faits chez plusieurs clients, les augmentations de vitesses des lignes de fabrication ont été de plus de 65%, ce qui permet de produire plus tout en réduisant les coûts unitaires de main-d'œuvre.

Compte tenu de ces divers avantages, le nouveau produit sera commercialisé sous un nouveau nom « megolon plus » avec un nouveau logo (voir filigrane). Le premier composé s'appelle megolon+ S800 et a été lancé auprès de clients sélectionnés à la fin janvier. Les premières réactions du marché sont très encourageantes. Le composé a également été promu sur le marché international de l'industrie du câble à partir de fin janvier par des encarts publicitaires qui sont parus dans différentes revues professionnelles.

megolon+ S800 sera en outre en bonne place au prochain salon WIRE 2006 de Düsseldorf en avril.

Rubans adhésifs d'enrobage de câbles pour le projet Nor-Ned

Dans le dernier numéro d'EuroLink, nous avons parlé du projet Nor-Ned, le plus long câble sous-marin haute tension du monde, reliant la Hollande à la Norvège. Ce projet grandiose représente pour Scapa Polymerica d'importantes opportunités en rubans megotape. Outre la principale commande de megotape CT50/113 annoncée dans le dernier EuroLink, nous avons reçu une autre commande importante pour le même produit mais venant d'un autre client, qui participe également à ce gigantesque projet. Le travail de fabrication du câble se poursuivra jusqu'en avril 2007. On estime que des quantités importantes de rubans d'enrobage supplémentaires seront nécessaires. Pour gagner ces nouveaux marchés, il est impératif que nous respectons les dates de livraison exigées et que nous soyons capables de fournir un produit de qualité irréprochable.



Salons

WIRE 2006

Le prochain salon biennal « WIRE » se déroulera à Düsseldorf en avril 2006. C'est le salon le plus important au monde pour les fournisseurs de l'industrie internationale du câble. Scapa Polymerica sera présent pour la onzième fois, marquant ainsi plus de 22 ans de participation à cette manifestation.

À WIRE 2006, nous présenterons plusieurs nouveaux produits, dont le megolon+ S800 qui est actuellement en cours de lancement.

Nous reparlerons plus en détail de ce salon dans le prochain numéro d'EuroLink.

CABEX

Le prochain salon CABEX se tiendra à Moscou à la mi-février. Scapa Polymerica y sera présent pour la seconde fois. Notre stand sera tenu par notre agent « Permanent ». Toute la gamme Scapa Polymerica sera présentée.

Nouvelles du Forum d'entreprise européen

Le 10 janvier, nous avons organisé un forum d'entreprise en intérim pour examiner spécifiquement la conformité de Scapa avec la directive concernant le forum d'entreprise européen. Liste des représentants des salariés présents à cette réunion :

Phil Hadfield	R-U – Ashton – Président salariés
Andy Pattison	R-U – Ashton – (Absent)
Tommy Rimmer	R-U – Openshaw – (Absent)
Kevin Ash	R-U – Dunstable
Martin Pearce	R-U – Dunstable
Dave Singleton	R-U – Lymington
Michael O'Neil	Irlande – Dublin
Olivier Vorms	France – Bellegarde
Fabrice Clappe	France – Valence
Francois Meloni	France – Valence (remplaçant)
Paola Crepaldi	Italie – Ghislarengo
Federica Veronesi	Italie – Ghislarengo
Dolores Armani	Suisse – Rorschach
Arwed Schneider	Suisse – Rorschach (couvrant Mannheim, Allemagne)

Au cours de cette réunion, les représentants ont discuté en détail du contenu du document de base et plus spécialement pour savoir si le document prévoit bien ce qui nous paraît indispensable entre les parties : un dialogue entre la direction et les employés. Des changements mineurs ont été apportés au document de base.

Il y a eu des divergences d'opinion quant à la conformité du document à la législation européenne. Un vote a été organisé et sur les 12 représentants des salariés présents, 10 ont décidé que le document répondait aux attentes des salariés.

Il semble selon les retours d'information des délégués, que ce forum soit un bon outil pour communiquer les changements qui sont intervenus dans l'entreprise et qui ont influencé certaines décisions au cours des années précédentes. Du point de vue de la direction, c'est un bon forum pour discuter des changements dans l'entreprise en termes de rapports financiers et de changements structurels. Le forum est une occasion pour nous de continuer à avoir un dialogue cohérent pour ce qui concerne le développement de notre activité. Les délégués du forum sont incisifs et soulèvent des questions pertinentes. Le processus en vaut la peine et sera maintenu dans sa forme actuelle.

Le prochain forum est programmé pour le mois de juillet à Rorschach.

Quelques-uns des participants avec de gauche à droite :

Dave Singleton, Paola Crepaldi, Derek Sherwin, Arwed Schneider, Chris Smith, Olivier Vorms, Dolores Armani, Andy Woodward, Francois Meloni, Sandra Evans, Eileen Sheppard, Daniella Bollman, Fabrice Clappe, Michael O'Neil

