

Voyages-Sncf.com ne connaît pas la crise

Le succès du site de vente en ligne de la SNCF ne se dément pas. Au premier trimestre, elles ont augmenté de 58% pour s'établir à 211 milliards d'euros, révèle

le Figaro. Aujourd'hui, Internet représente 15% des ventes, loin devant les automates et les call centers et juste derrière les agences de voyages (20%). La vente en gare ne représente plus que 50% des billets émis. Et ce n'est que le début, puisque le groupe a pour perspective d'ici à 2007 de réaliser 30% de ses ventes grandes lignes via Internet. Au total, les ventes sur Voyages-Sncf.com ont été multipliées par neuf depuis sa création en 2000. L'explosion des abonnements haut débit y est pour quelque chose. Les offres exclusives sur le Net comme ID-TGV aussi. Le succès a toutefois un revers. La direction commerciale du pôle grandes lignes de la SNCF pourrait d'ici à trois ans supprimer quelque 2.330 postes au sein du réseau de distribution, si les ventes sur internet continuent leur progression et parviennent à cette perspective de 30%. Selon un rapport interne, ce vaste programme de suppressions de postes toucherait les guichets, les boutiques et les centres d'appel. Les coupes d'effectifs concerneraient 460 agents cette année, 820 l'an prochain et 1.050 en 2007, affirme le journal.