

point à la ligne

JANVIER 2001

N° 73

ISSN 1268-5246



Pyramide des Âges oblige...

Afin de pallier les départs des membres de son personnel, le passage en temps partiel de certains autres (RTA, PRP), la loi de 35 heures mais surtout le vieillissement de sa pyramide des âges, SLPM a procédé, de mars à décembre 2000, à l'embauche de 21 personnes dont 6 femmes.

Cela concerne bien entendu toutes les Régions mais également tous les Services. C'est la raison pour laquelle il nous a paru intéressant de faire le point sur ces nouvelles embauches dans les différents sites.

Suite page 2

De gauche à droite : Christine Amargier-Barrial, Pascale Flahaut, Catherine Piquet, Katia Manchec.



EDITO

PAR GÉRARD KOCHER



SLPM termine le dernier millénaire après quatre années de travail intensif et de progrès permanent.

Sur le plan sécurité, SLPM affiche les meilleurs résultats de toute son existence. La presque totalité des sites confirme un taux de fréquence et un taux de gravité égaux à zéro sur deux années consécutives. Le délai service clients Société se situe à 93 % de délai de livraison à l'heure, ainsi qu'une réduction de plus de 30 % de nos coûts de transport.

Dans le domaine industriel, nous atteignons sur certains outils la meilleure performance mondiale dans notre secteur d'activité avec un taux de marche de 81 %, et un global Société de 68 %.

Concernant la qualité, la totalité de nos sites a renouvelé sa certification AFAQ de façon exemplaire. Le nombre de réclamations clients a été divisé par plus de deux en quatre ans.

Les Equipes Autonomes de Travail et la mise en place du Challenge Progrès ont privilégié un mode de fonctionnement basé sur l'autonomie, la créativité individuelle et collective.

Dans le domaine industriel, le développement de la cohérence Société est instauré par la mise en place de clubs : "Club industriel", "Club maintenance" et "Club qualité".

Notre système d'information performant

et fiable est devenu un atout essentiel pour notre service clients.

Autant de domaines où nos résultats opérationnels nous placent comme étant la référence européenne dans notre métier de centre de services. Autant de réussites qui nous permettent d'envisager le nouveau millénaire avec beaucoup de sérénité.

Notre réussite future tient essentiellement dans notre capacité individuelle et collective à prolonger l'osmose aujourd'hui construite. Il nous faut améliorer nos modes de communication internes et développer différentes fédérations dans notre métier.

SLPM n'a jamais été aussi forte pour construire son futur.

Ensemble, prolongeons cette route, certains de notre réussite individuelle et collective.

Pyramide des Âges oblige...

PONTOISE en tête avec 7 embauches

C'est le dépôt qui a connu le plus de changements en 2000 avec l'arrivée en avril du nouveau RER, Jean-Yves Hallais, et en novembre de Marc Liguori, nouveau RCR.

Il faut citer également Stéphane Fradin, Responsable EAT Magasin en novembre, Christophe Alnet et To Guoc Luu à la G.P, respectivement en juin et décembre.

Enfin Christine Amargier-Barrial, Assistante Commerciale et Giuseppe Macario, Opérateur sur re-fendeuse, qui sont entrés tous deux en décembre.

Une équipe Commerciale rajeunie à BASSE-HAM

Après l'embauche en 1999 de David Briotet, Attaché Commercial, et l'arrivée de Joseph Cavaleri pour un nouveau contrat de qualification (BTS Action Commerciale), Aymeric Scafidi et Christophe Lombard sont venus renforcer, et par la même occasion rajeunir, l'équipe commerciale de Basse-Ham en tant qu'Attachés Commerciaux.

Aymeric, après un contrat en alternance de niveau BAC +3 dans une entreprise de mécanique, est entré en juin tandis que Christophe, après avoir passé un BTS Technico-Commercial, a commencé fin août.

Une seule arrivée à SAINT-NAZAIRE

Celle de Franck Teigne, qui a pris son poste fin mars comme Préparateur Magasin.

Renfort pour l'Exploitation, la Maintenance et le Commercial à DENAIN

5 embauches, 3 secteurs concernés avec la venue en mars du nouveau RER, Christian Moulin, en avril celles d'Olivier Guillard, Responsable EAT Déroulage, et de Pascale Flahaut, Assistante Commerciale; en mai, celle de Yannick Vannesse comme

Conditionneur sur la ligne de déroulage et enfin, en septembre, celle du nouveau Responsable EAT Maintenance, Claude Liénard.

Le SIEGE également concerné

2 postes, 2 femmes et, en l'occurrence, Katia Manchec, Secrétaire de la Direction Industrielle en avril et, en août, Catherine Piquet, comptable auprès de la DAF.

A LYON : 2 femmes et 2 hommes

Cela s'est traduit par l'arrivée de Catherine Allegre, en août, et d'Annick Valletta, en décembre, comme Assistantes Commerciales par celles, en novembre,

d'Abdel - Malek Zouache, Technicien en Maintenance, et de

Guillaume Reynaud, Responsable EAT Magasin.

Le Comité de Rédaction de PALL souhaite beaucoup de réussite à tous ces embauchés de l'an 2000.

Michel Dowkiw

De gauche à droite :

1^{re} rangée : Stéphane Fradin, Olivier Guillard et Claude Liénard. - 2^e rangée : Franck Teigne, Christophe Lombard, Marc Liguori, To Guoc Luu.

3^e rangée : Christophe Alnet, Aymeric Scafidi, Guillaume Reynaud, Giuseppe Macario. - 4^e rangée : Jean-Yves Hallais, Christian Moulin, Abdel-Malek Zouache, Yannick Vannesse.

Chanson pour la Basque

Elle est à toi cette chanson
Toi Stéphanie qui sans façon
Nous a soutenus toute cette année
Alors que tu venais d'arriver

Ce n'était rien qu'une seule année
Mais tu nous as beaucoup aidés

Un grand merci de la "communication"
Pour tes nombreuses contributions

Toi qui maintenant nous a quittés
Pour du soleil à longueur d'année
Bonne chance pour ton nouvel emploi
Et que cela se passe bien pour toi.

L'équipe COM'



QUESTIONNAIRE DE SATISFACTION DU PERSONNEL 2000

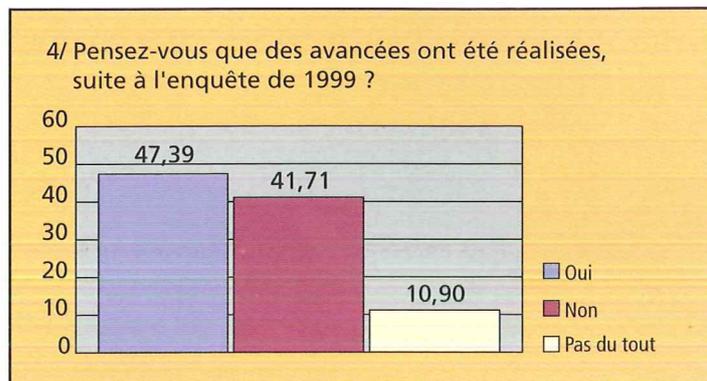
Du 16 au 31 octobre dernier, vous avez pu donner votre avis sur des thèmes touchant à la vie de l'entreprise. Cette année, le questionnaire de satisfaction du personnel a été distribué à l'ensemble des salariés de SLPM. Vous avez été près de 69 % à profiter de l'occasion de vous exprimer, c'est-à-dire pratiquement autant qu'en 1998.

Lors de la dernière enquête générale, de fortes inquiétudes concernant la confidentialité des réponses s'étaient exprimées. Elles étaient en grande partie liées à une fiche signalétique trop détaillée. Cette fois, il vous était demandé de préciser votre région d'appartenance ainsi que votre activité. Seuls 7 % d'entre vous n'ont pas renseigné ces questions.

Globalement, l'enquête 2000 confirme les enseignements du sondage de 1999. Voici l'essentiel des résultats. Pour connaître la totalité des résultats Société et de votre région, n'hésitez pas à vous adresser à votre Animateur Communication. Les résultats Société sont bien évidemment intéressants, mais prennent un autre éclairage quand ils sont comparés avec ceux des régions car ils peuvent être très contrastés.

• COMMUNICATION

Vous êtes 84 % à connaître votre Animateur Communication, dont les 3 principales missions sont : faire remonter et descendre l'information et déployer le plan de communication. Les résultats de l'enquête de 1999 sont connus de 75 % du personnel : des progrès restent donc à faire, ainsi que dans les plans d'action correctifs, puisque vous n'êtes que 47 % à considérer que des avancées ont été réalisées depuis.

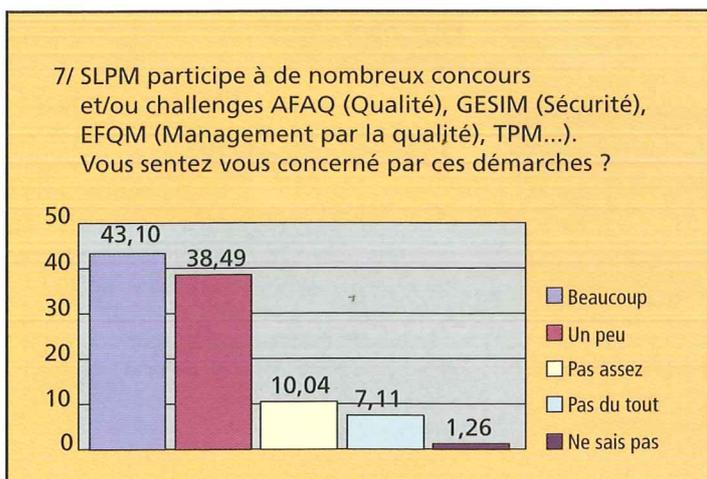


• QUALITE / SECURITE

81 % du personnel se sentent concernés (beaucoup ou un peu) par les participations de SLPM à différentes démarches (concours, challenges), 58 % affirment qu'elles contribuent aux changements chez SLPM et 83 % pensent qu'elles valorisent l'image de l'Entreprise à l'extérieur.

Mais des progrès restent à faire dans la communication de ces démarches, si l'on en croit les résultats de la question n° 6 : 60 % "seulement" ont eu connaissance du dossier EFQM 1999.

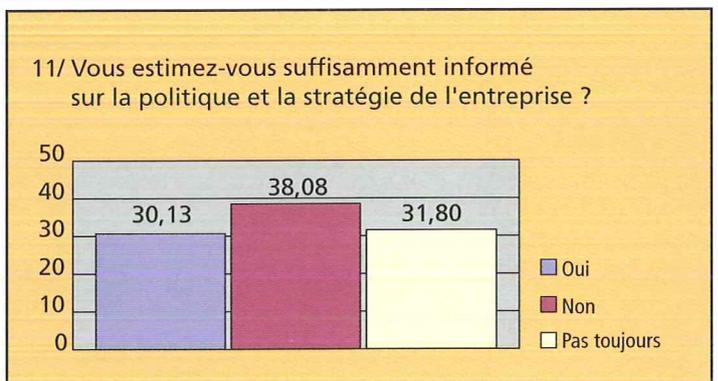
Très majoritairement, le personnel reconnaît et se satisfait des efforts faits en matière de sécurité.



• STRATÉGIE DE L'ENTREPRISE

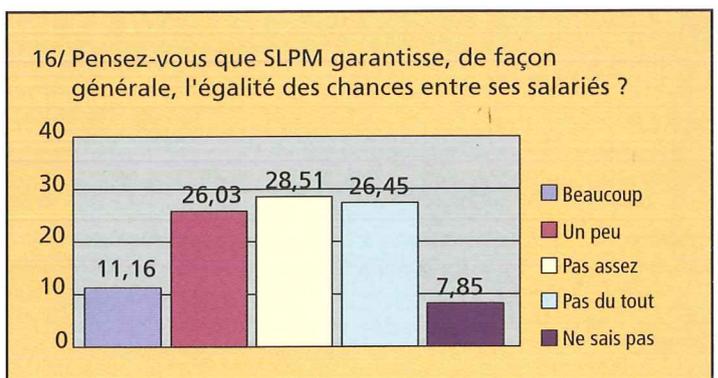
Des progrès sont à faire en matière d'information sur la politique et la stratégie de l'Entreprise, puisque vous n'êtes que 30 % à vous dire suffisamment informés. La démarche PAC est connue à 78 %, seulement 10 % ne se sentent pas concernés, mais l'implication est à améliorer puisque 48 % en ont uniquement "entendu parler".

Les réponses aux questions sur les 4 valeurs de l'Entreprise confirment les résultats du sondage de 1999. 2 valeurs sont reconnues comme conformes à l'image de la Société : l'engagement (45 %) et la responsabilité (49 %). Pour les 2 autres, la solidarité et la reconnaissance, le NON l'emporte (respectivement 38 % et 40 %). Mais il reste les indécis, qui ont choisi de répondre "partiellement" à la question. Est-ce parce qu'ils considèrent que ce ne sont pas les bonnes valeurs ? Ou portent-ils un jugement sur leur application ?



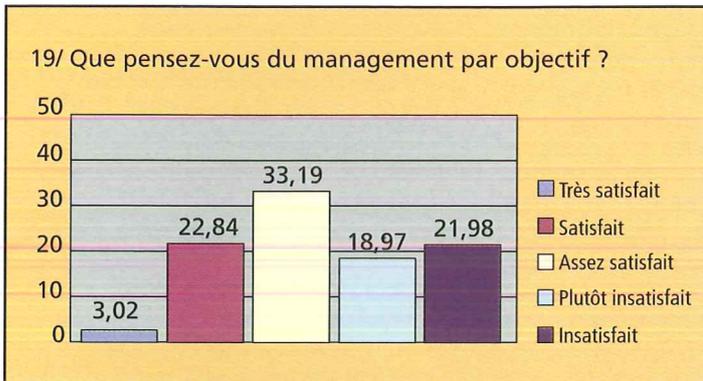
• ÉGALITÉ DES CHANCES

Les réponses à la question 16 sont dispersées entre les différentes propositions, même si la tendance positive est plus affirmée (65 %). 49 % considèrent avoir la possibilité de progresser en terme de développement de carrière, mais il y a encore des progrès à accomplir concernant l'égalité des chances.



• RECONNAISSANCE

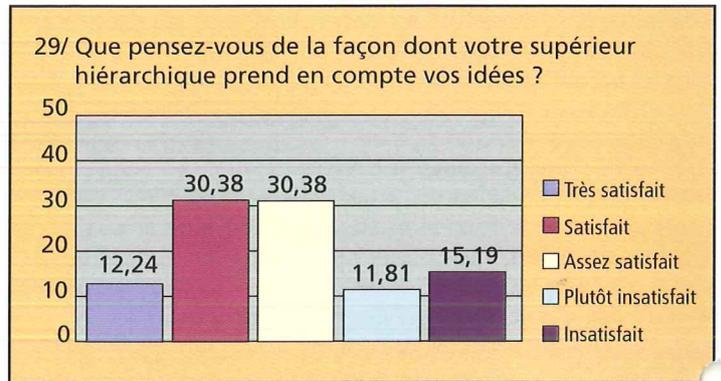
59 % sont satisfaits du management par objectif, ce qui représente une évolution positive par rapport au sondage de 1999 (45 %). 65 % d'entre vous se disent satisfaits de la reconnaissance non financière mise en place chez SLPM mais vous n'êtes plus que 52 % à être satisfaits de la politique de rémunération de l'Entreprise.



• LEADERSHIP

Globalement, vous êtes écoutés (72 %). De plus, vous vous exprimez généralement en toute liberté. Il est facile de communiquer avec son supérieur direct pour 77 %. Des efforts sont à faire au niveau du Comité de Direction (29 % répondent négativement à la question). D'ailleurs, qu'est-ce que le CODIR ? Le Siège ? le PDG ? Globalement l'information descendante est satisfaisante (il n'y a que 25 % d'insatisfaits).

Le CODIR a toute votre confiance pour représenter SLPM et définir la stratégie de l'Entreprise (moins de 8 % d'insatisfaits), mais un pourcentage non négligeable ne se prononce pas.

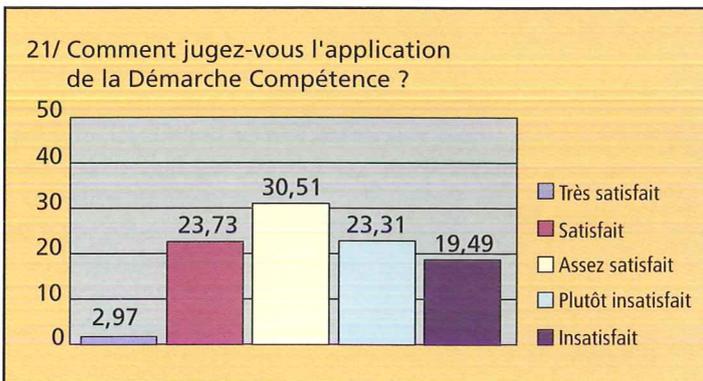


• FORMATION & DEVELOPPEMENT

53 % d'entre vous sont d'accord pour se former sur le temps personnel.

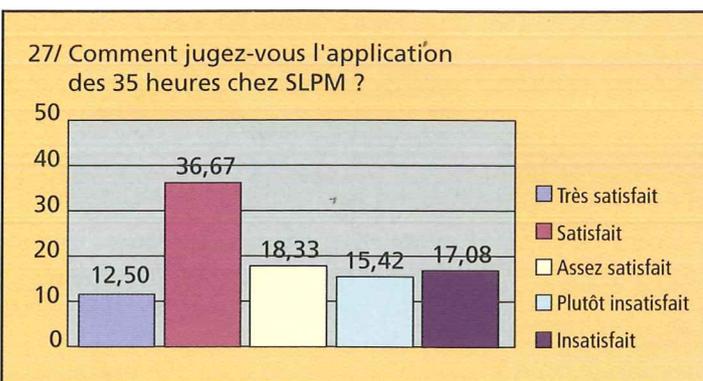
La Démarche Compétences est appréciée, mais des progrès sont encore à réaliser. Vous attendez de cette démarche d'accroître votre rémunération (24 %), de compléter vos compétences (24 %) et d'obtenir des possibilités d'évolution (19 %).

L'entretien professionnel est encore à améliorer, car le taux d'insatisfaction est important (43 %).



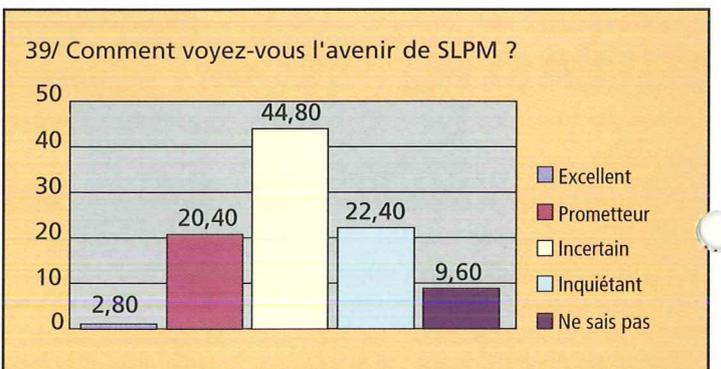
• CONDITIONS DE TRAVAIL

1/3 du personnel est insatisfait : une journée du vendredi non raccourcie, selon vos commentaires, qui entraîne un jugement réservé sur l'application des 35 heures. Paradoxalement, l'adhésion de SLPM aux accords CAP 2010 et au temps choisi est plébiscitée (83 % et 79 %). 89 % sont satisfaits de leur métier, mais des améliorations dans les conditions de travail pourraient être faites (plus que 66 % de satisfaits).



• SENTIMENT D'APPARTENANCE

L'avenir de SLPM semble à 67 % d'entre vous inquiétant voire incertain (rappel : 61 % en 1998 et 64 % en 1999). Cette attitude est normale, compte tenu du contexte (questionnaire lancé au moment de la constitution de USINOR DISTRIBUTION, du rachat des titres de SLPM, etc.) Faire partie du Groupe, c'est une chance (33 %) et une sécurité (27 %). Faire partie de SLPM, c'est une source de revenus (35 %) et une chance (29 %). Chacun se sent acteur de l'Entreprise, à l'exception des 10 % qui s'estiment pas du tout reconnus dans la Société.



Un florilège de vos commentaires :

- Je connais l'animateur communication, mais il ne connaît rien.
- L'image a son importance, mais il n'y a pas que des images dans une entreprise, il y a des ouvriers : eux aussi doivent avoir une image.
- Il manque de lumière, il y a trop de courants d'air et beaucoup de poussière. Les vêtements ne sont pas adaptés.
- Tous les fruits des efforts faits ne profitent qu'aux cadres et à leurs petits frères.
- Il ne faut pas que les objectifs du chef deviennent les problèmes de l'équipe.
 - C'est quoi la Démarche Compétences, ça existe ?
 - Quel entretien ? (à propos de l'entretien professionnel)
 - L'aménagement de la DAF n'est pas une réussite.
- Impossible de communiquer avec notre Directeur. Ils ont tout vu, tout fait. Quant au DRE, il délègue.
- Qui sont les membres du Comité de Direction ?
- L'avenir sera ce que nous en ferons (enfin presque !)
- Inutile de faire des commentaires, je suis sûre que ça vous fait que rire.

Les suites : un questionnaire doit servir à s'améliorer. Aussi, un plan d'action Société est en cours de réalisation. Il vous sera présenté dans le PALL de février. Il sera ensuite décliné et complété en région.

Le dire c'est bien, le faire c'est mieux... Alors : DO IT !

Le temps d'une réflexion sur notre approche des clients, sur nos relations avec notre entourage professionnel et personnel, sur nous-mêmes tout simplement. Quels sont nos forces, nos faiblesses, les opportunités qui s'offrent à nous et les éventuels risques : telle est la technique du "SWOT" qui nous a été enseignée au mois de mai 2000.

Des questions "ouvertes" sur notre devenir, un dialogue plus enrichissant tourné vers les préoccupations de notre clientèle en permanente mutation.

En prenant du recul par rapport à l'argumentaire classique basé sur le prix et l'offre de nos concurrents, nous découvrons un gisement de création de valeur, à l'écoute des enjeux de nos interlocuteurs. Cette nouvelle approche est comparable à l'escalade d'une pyramide, dont la base

serait notre offre banalisée et dont les degrés supérieurs se situeraient dans une relation privilégiée avec le client individu. Notre objectif est d'effacer l'image du simple fournisseur, pour devenir le complice éclairé qui va aider l'entreprise de notre client à se démarquer de ses concurrents, pour l'intérêt mutuel des deux parties.

Cette méthode est riche en enseignements pour notre avenir et son application à notre vie personnelle est également bénéfique.

Pour résumer les effets de cette formation "DO IT", je citerai un adage de Saint-François d'Assise : « *Donnez-moi le courage de changer ce qui peut être changé, la sérénité de conserver ce qui va bien et la sagesse de distinguer l'un et l'autre.* »

Jean Loup, Pontoise



Le cabinet extérieur DO IT a été choisi pour déployer une formation théorique, sur la création de valeur, et pratique, sur l'accompagnement des équipes dans leur activité, à l'ensemble des commerciaux de SLPM.

Repère social (au 1^{er} janvier 2001)

- le plafond mensuel S.S. (tranche A) augmente de 1,70 % et passe de 14 700 F à 14 950 F
- le RMI passe de 2 552,35 F à 2 608,50 F
- la valeur faciale du titre-restaurant est de 49,00 F (P.P. = 29,40 F / P.S. = 19,60 F)
- les cotisations ASSEDIC diminuent :
 - tranche A : de 8,29 % à 7,86 %, dont 0,11 % concernant le salarié
 - tranche B : de 9,01 % à 8,58 %, dont 0,11 % concernant le salarié

- la cotisation APEC, appelée en mars 2001 pour les cadres art.4 et art.4bis, passe de 105,90 F à 107,70 F, dont 43,08 F à charge du salarié.
- les cotisations GMC sont relevées de 12 %, avec répartition employeur/salarié 49 %/51 %
- les aides à l'embauche d'un apprenti ou d'un contrat de qualification sont supprimées pour les contrats conclus à compter du 1^{er} janvier 2001.

SOLLASER : étudiants et professionnels sur un même projet

Dans le cadre d'une formation dispensée par l'I.U.T. de Saint-Denis (93), préparant au D.U.T. Technique de Commercialisation, j'ai proposé, en accord avec la direction d'Ile-de-France / Normandie et les responsables de l'I.U.T., l'étude d'un produit phare : le SOLLASER. Le thème choisi par le groupe de la 1^{re} année (composé de 4 personnes, dont moi-même) était : *Déterminer les freins et les motivations liés à l'utilisation du SOLLASER.*

Notre premier travail a donc été d'élaborer un questionnaire, ciblant non seulement les clients utilisateurs de SOLLASER, mais également ceux potentiellement utilisateurs. Le tableau ci-dessous

présente les résultats résumés. Améliorer la Communication du produit SOLLASER nous a semblé nécessaire.

Le groupe de la 2^e année a donc réalisé une opération de marketing direct, à l'aide de trois documents : une plaquette, une lettre d'accompagnement et un bon de réponse. Seule la clientèle potentiellement utilisatrice de SOLLASER était ciblée, à savoir une trentaine d'entreprises. Le fruit de ces deux années de travail a fait l'objet d'une présentation à l'ensemble des délégués commerciaux d'Ile-de-France / Normandie, en présence de Marc Liguori, le nouveau RCR.

Gilles Arnould, Basse-Ham

	FREINS	MOTIVATIONS
Prix	Quand le client ne peut donner un coût par article, la majoration Sollaser est perçue comme trop importante	Quand le client est préoccupé par la qualité de son produit fini, la majoration Sollaser compte vraiment peu
Distribution	Le client regrette de ne pouvoir être livré en petite quantité (à la feuille)	Pour les clients à volume, un dépannage est toujours possible
Communication	Dans l'ensemble, le Sollaser est peu ou mal connu	Quand elle existe, la communication est considérée comme très bonne

MOUVEMENTS

Effectifs au 31/12/2000 : **353**

dont contrats en alternance : **17** (5 %) dont PRP/RTA/TPC : **83** (24 %)

→ ENTRÉES

- Annick Valletta (de Eurodécoupe à Lyon/Commercial)
- Guiseppe Macario (Pontoise/Industriel)
- To Quoc Luu (Pontoise/Industriel)
- Christine Armagier-Barrial (Pontoise/Commercial)

→ SORTIES

- Constantin Gavrilas (Pontoise/Industriel)
- André Fromont (Pontoise/Industriel)
- Patrice Bertani (Pontoise/Industriel)
- Lahcène Bendjefel (Denain/Industriel)
- Stéphanie Martin (Siège/DAF Com)

Argent et Vermeil à Basse-Ham

C'est au cours du traditionnel repas de fin d'année, offert à l'ensemble du personnel par le C.E. de Basse-Ham le 15 décembre dernier, qu'a eu lieu la remise des médailles du travail pour les promotions de janvier et de juillet 2000. Cette année, c'est le "Bistrot des Saveurs" de Yutz qui servait de cadre à cette sympathique manifestation. C'est à Guy Delmer (3), RER, que revint l'honneur d'épingler, au nom de la Direction de SLPM, la médaille de vermeil pour 30 années de service à Gilbert Delvot (5), à Michel Fidler (6) et à Paul Renoud-Grappin (2), qui a reçu également celle d'argent.



Puis, Pierre Veillon (1), au nom de la S.L.P. (Société Lorraine de Plaques), remettait celle de vermeil à Marie-Christine Gindt (4), pour toutes les années passées au sein de SLPM.

Enfin, Benedetto Di Leo (7), au nom du C.E. de Basse-Ham, offrait à chaque récipiendaire un superbe cadeau afin de marquer cet événement exceptionnel. Argent, vermeil et acier... un alliage fort sympathique !

Michel Dowkiw

Risque-t-on la noyade quand on "surfe" sur internet ?

Absolument pas ! Vous risquez juste de "ramer un peu" au début, tout au plus... Dans le contexte d'internet, l'expression surfer sur le web est synonyme "d'utiliser internet", tout simplement.

On utilise cette expression pour imaginer la façon bien particulière de se déplacer de page web en page web.

Mais tout d'abord, c'est quoi un site web ? Un site web est un ensemble de pages web. La page web est le document typique que l'on peut consulter sur internet. Constituées de textes, d'images, de formulaires, de séquences audio ou vidéo, les pages web font la richesse d'internet grâce aux informations qu'elles contiennent.

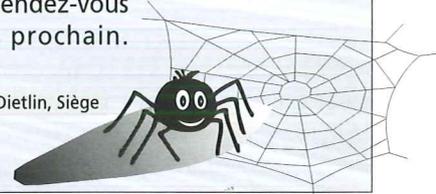
Elles se présentent un peu comme des

pages de magazine et se lisent comme des pages de magazine : de façon aléatoire, au gré de vos humeurs et de vos centres d'intérêt. Pour changer d'article ou "tourner la page", il vous suffit simplement de cliquer avec votre souris sur ce qu'on appelle des "liens hypertextes" (ou "hyperliens"). Il peut s'agir d'un mot ou d'une phrase dans un texte, il peut s'agir d'une photographie. On les reconnaît grâce au pointeur de la souris qui se transforme en index pointé quand on les survole. Un simple clic sur un de ces liens déclenche l'affichage de la page web vers laquelle il renvoie. Par exemple, on peut commencer sa lecture par un article sur les épidémies de myxomatose en Australie et, de clic en clic, se retrouver à

consulter la recette du civet de lapin à la moutarde. C'est pour cela qu'on emploie l'expression "surfer sur internet" : on sait d'où on part, mais on n'est jamais sûr de savoir où on arrive !

De plus, outre vous muscler l'index, c'est en "surfant" que vous rejoindrez la vaste communauté des "internauts" (traduisez : "utilisateurs d'internet"). Sans le savoir, vous en faites peut-être même déjà partie ! Mais au fait, quel équipement faut-il pour surfer sur internet ? Pour le savoir, rendez-vous le mois prochain.

Olivier Dietlin, Siège



CRAM : Des idées, bien sûr, mais aussi leur réalisation !

Le 22 novembre dernier, Jean-Pierre Lopez faisait une présentation du projet GP de la CRAM, projet concernant le suivi des commandes clients. Cette présentation a eu lieu à Pontoise, en présence des membres du Comité de Direction, ainsi que des différents responsables GP régionaux, l'objectif étant de proposer aux autres régions la possibilité de profiter aussi de l'outil qui permet un tel suivi.



demande pas d'effort pour une mise à jour des données journalières. »

A la suite de cette présentation, et afin que toutes les régions puissent en profiter rapidement (dès janvier), l'ensemble des directeurs régionaux

ainsi que Gérard Kocher (parrain de la démarche) ont défini avec Jean-Pierre Lopez un planning de tournées des régions. Elles se sont déroulées au mois de décembre et avaient comme objectifs une installation de l'outil, une formation des utilisateurs et une présentation aux services commerciaux.

Qui, mieux que Jean-Pierre, pourrait nous présenter sa réalisation ?

« Le principe de l'outil est de trier l'ensemble des lignes de commandes du portefeuille de la région afin d'en déterminer l'urgence (système qui ne fait apparaître que les commandes qui risquent d'être en retard) et l'importance (en filtrant les commandes en "départ", en "blocage vendeur"). De plus, un retour d'information permet au service commercial de connaître à tout moment l'état d'une commande. Cet outil a l'avantage d'être semi-automatisé et ne

Aujourd'hui, toutes les régions sont équipées et vont entrer dans la phase d'apprentissage afin de parvenir jusqu'à la phase de maîtrise.

Que peut-on dire de plus, sinon un grand bravo ? Vous verrez que, dans peu de temps, des "merci Jean-Pierre !" résonneront de tous les coins de France.

Robert Ferranti

→ EN BREF → EN BREF

- Après une période de tests (du 15 au 24 janvier), SLPM passera DIADEM, la Comptabilité et la Trésorerie à l'EURO les 19 et 20 février. La paie ne basculera qu'au 1^{er} janvier 2002, conformément aux obligations légales.
- le nouveau livret d'accueil est disponible. Adressez-vous à votre correspondante paie.
- L'accord Groupe sur la mutualisation de la participation légale a été signé le 20 décembre 2000. SLPM reste dans le champ d'application.

Un message sympa !

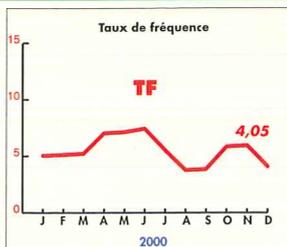
Nous sommes très heureux d'être passés au nouveau millénaire avec vous. Les mères Noël et Claude vous donnent rendez-vous au prochain !

De gauche à droite :

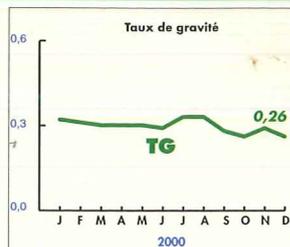
Brigitte Levasseur, Claude Morandière, Micheline Buval.



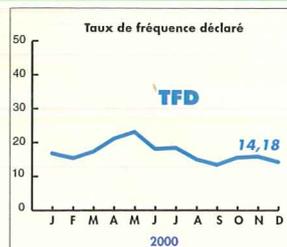
Résultats Sécurité Société sur 12 mois glissants



Taux de Fréquence (TF) =
Nombre d'Accidents du Travail avec arrêt x 1 000 000
Nombre d'heures travaillées



Taux de Gravité (TG) =
Nombre de Jours d'Arrêt x 1 000
Nombre d'heures travaillées



Taux de Fréquence Déclaré (TFD) =
AT (avec et sans arrêt) X 1 000 000
Nombre d'heures travaillées

point à la ligne

Janvier 2001 © SLPM

1, rue des Fortes-Terres - Zone Portuaire
95310 SAINT-OUEN L'AUMONE

Responsable de la publication : Hubert Renard.

Rédacteur en chef : Jean-Louis Thil.

Comité de Rédaction : Sébastien Benoît (Ouest),
Aline Chajmowicz (Siège), Michel Dowkiw (Est),
Robert Ferranti (CRAM), Colette Leclercq (Nord),
Yvon Pihen (IDF/Normandie).

ISSN 1258-5246

Conception - réalisation :
Cap Pacifc 01 47 57 50 60.