



©Leo_Traveling/shutterstock

LES LOW COST À LA CONQUÊTE DES VOLS LONG-COURRIER

Après avoir bouleversé le marché des vols court et moyen-courrier dans les années 90 et 2000, le low cost s'apprête à révolutionner à nouveau le transport aérien.

Grâce à la libéralisation du marché aérien et à des appareils plus performants, les compagnies aériennes à bas coût commencent à se positionner sur des vols long courrier. Des grandes manœuvres, qui peuvent changer la donne.

Air France, Air Caraïbes, Corsair, XL Airways et depuis peu Level. Cinq compagnies proposent cet été des vols en direction de la Guadeloupe, depuis Paris. Une offre qui n'a jamais été aussi variée et qui entraîne une guerre des prix : Level (filiale d'IAG, propriétaire de British Airways, Iberia, Aer Lingus et Vueling), la dernière compagnie positionnée sur cette destination, affiche des prix d'appel de 99 € pour un aller simple, du jamais vu ! Les Antilles sont ainsi devenues l'un des terrains de jeu de cette nouvelle donne du transport aérien que se disputent quelques acteurs innovants : la possibilité de voyager sur des compagnies low cost, même pour des vols de plus de 5 heures, jusque-là l'apanage de compagnies classiques telles qu'Air France, British Airways, ou bien très spécialisées comme Air Caraïbes.

UNE OFFRE QUI SE DÉVELOPPE

Un phénomène qui s'est développé lorsque Norwegian Air Shuttle a lancé une filiale long-courrier voilà quelques années. Créée en 1993, la seconde plus grande compagnie de Norvège, spécialisée dans le low cost et troisième plus importante low cost d'Europe derrière Ryanair et easyJet s'est attaquée au long-courrier en 2014 pour proposer des vols vers les États-Unis au départ d'Oslo, puis de Londres l'année suivante, Paris en 2016 et Barcelone en 2017. Avec un léger décalage, Lufthansa a été la première grande compagnie aérienne européenne à se lancer sur ce marché avec sa filiale Eurowings, proposant en 2015 des vols à prix réduit sur Cancún, Phuket, Miami et Punta Cana. Wow Air, petite compagnie low cost islandaise créée en 2011, a lancé également en 2015 ses premiers vols transatlantiques



au départ de Reykjavik vers Boston et Washington DC, avant de créer les années suivantes des liaisons vers Montréal, Los Angeles ou New York, puis de proposer des vols depuis Lyon. En France, c'est le groupe Dubreuil aux commandes d'Air Caraïbes qui a créé la première low cost long-courrier tricolore avec French Blue (récemment rebaptisée French Bee) en 2016, pour desservir La Réunion. Les propositions se sont multipliées depuis et il est aujourd'hui possible de trouver du low cost au départ de Paris pour Tahiti, Port-au-Prince, Montréal, Newark, Boston, San Francisco, Fortaleza...

UN BOULEVERSEMENT OBSERVÉ DE PRÈS

Mais si voilà vingt ans Ryanair et easyJet avaient bouleversé le marché aérien européen des vols court et moyen-courrier en redistribuant durablement les cartes et en laissant K.O. les grandes compagnies aériennes, cette fois tous les acteurs du transport aérien ont conscience des bouleversements qui s'annoncent. Et de façon moins aventureuse. Car si nombre des protagonistes des années 1990 ont disparu (Air Lib, Zoom Airlines, Oasis, Air Liberté) faute de ressources suffisantes pour financer leur croissance, les nouvelles compagnies low cost long-courrier sont essentiellement des émanations d'acteurs déjà bien installés, qu'il s'agisse de filiales de compagnies classiques comme Vueling ou Level (filiales de IAG), Eurowings (Lufthansa), Jetstar (Qantas) et dans une certaine mesure Joon (Air France), ou bien de sociétés déjà spécialisées dans le low cost sur le court et le moyen-courrier qui étendent leurs activités (Norwegian, AirAsia X).



L'AVIS DE L'EXPERT

« Si l'invention du low cost remonte à la fin des années 70 avec American Southwest, le low cost long-courrier a presque une décennie d'existence. Mais il y a une véritable explosion du phénomène sur le marché transatlantique depuis 3 ou 4 ans, même si la frontière entre compagnies low cost et 'classiques' est devenue assez fragile du fait de l'évolution des prestations », rappelle Paul Chiambaretto, professeur à Montpellier Business School et chercheur associé à l'École Polytechnique. Pour ce spécialiste du transport aérien, les évolutions à venir sont à mettre en perspective avec le grand chambardement du tournant du millénaire. « En 2017, il y a eu 164 millions de passagers en France, soit une croissance de 6,1%. Depuis trois décennies, il y a eu une augmentation considérable du nombre de passagers, mais aussi des vols grâce aux compagnies low cost. Désormais, certains aéroports de petite ou moyenne taille voient la majeure partie de leur trafic réalisée par des acteurs du low cost, tandis que d'autres plateformes plus importantes ont créé des terminaux dédiés pour répondre aux besoins spécifiques des compagnies low cost et développer avec succès de nouveaux marchés », explique-t-il.

BIO EXPRESS

Paul Chiambaretto

Spécialiste du transport aérien
Depuis 2017 – Habilitation à Diriger des Recherches (HDR)
Depuis 2013 – Professeur en Marketing et Stratégie à Montpellier Business School
Depuis 2012 – Chercheur associé à l'École Polytechnique.
Diplômé de l'ENS Cachan

UNE ÉVOLUTION GUIDÉE PAR LE DIGITAL ET L'ARRIVÉE DE NOUVEAUX APPAREILS

Un marché porté par les nouveaux comportements des usagers férus d'innovation et d'offres plus simples, moins coûteuses, mais de qualité grâce notamment à la digitalisation qui permet des économies d'échelles pour les compagnies. « *Contrairement aux transporteurs classiques qui doivent s'adapter à ce phénomène, des compagnies se créent avec le digital. Cela entraîne une simplicité de fonctionnement effarante dans tous les process. La baisse de coûts se joue là, sur une monstrueuse simplicité de fonctionnement par rapport aux compagnies traditionnelles* », rappelait voilà peu Laurent Magnin, PDG de XL Airways.

C'est là, pour l'instant, le point faible du low cost long-courrier : la capacité des compagnies concernées à affaler leurs coûts de façon significative afin de pouvoir faire la différence sur de longues distances, où le confort ne peut pas être aussi rudimentaire que sur des vols de moins de deux heures. Marc Rochet, à la tête il y a peu encore d'Air Caraïbes, estimait que « *les coûts doivent être au moins 25% inférieurs à ceux des compagnies classiques* ». Raison pour laquelle les grandes compagnies, traumatisées par leurs vaines contre-offensives sur le marché des vols moyen-courrier et mieux armées commercialement sur le long-courrier, observent encore ce marché balbutiant (moins de 2% du marché) sans trop s'y investir, à l'instar d'Air France qui avec Joon lance plutôt un laboratoire d'innovation qu'une véritable compagnie low cost.

Les poids lourds du low cost sont également dans l'attente, se concentrant sur leur cœur de métier. Avec toutefois la différence que ce marché du low

cost long-courrier peut se développer depuis des aéroports secondaires ; et que Ryanair et easyJet voient là l'opportunité de se positionner pour fournir du trafic additionnel en correspondance, afin de nourrir ces hubs nouvelle génération proposant des vols transatlantiques au départ de Bordeaux, Marseille, Nantes ou Toulouse. Une opportunité inespérée portée par la technologie, puisque Airbus met en service à la fin de l'année son monocouloir A 321-LR qui dispose d'une autonomie permettant des vols long-courrier de 4000 miles (7000 km), tout en étant un avion 'couteau suisse' idéal pour des compagnies à bas prix. Ce n'est pas pour rien si la première compagnie à mettre en service cet avion dont Airbus attend beaucoup sera Primera, une compagnie low cost qui vient de lancer des vols vers les États-Unis et le Canada depuis Paris.

RYANAIR, EASYJET À L'AFFÛT

Les acteurs classiques du low cost court et moyen-courrier sont peu présents dans le nouveau marché du long-courrier à bas coûts. « *Nous préférons concentrer nos efforts sur les liaisons entre grandes métropoles européennes* », a récemment déclaré Johan Lundgren, PDG d'easyJet. « *Ces acteurs préfèrent rester sur leur cœur de métier et être très rentables sur ce secteur plutôt que d'investir dans un domaine qui génère d'abord une augmentation significative des coûts. En revanche, elles veulent profiter de cette tendance pour alimenter ces vols long-courrier* », analyse Paul Chiambaretto. Et c'est dans cette perspective que ces compagnies ont déjà commencé à mettre en place des accords commerciaux tels que le code sharing pour les vols ●



©Wow Air

WOW AIR, LA COMPAGNIE ISLANDAISE À BAS COÛT QUI BOUSCULE LES CODES

Du jamais vu – 129€ pour un vol transatlantique ! C'est avec des prix cassés et une communication efficace que cette jeune compagnie créée en 2011 a séduit les touristes. Aujourd'hui, c'est un nouveau défi que Wow Air se lance – celui de la conquête des voyageurs d'affaires qui n'échappent pas non plus au besoin de réaliser des économies. Sa classe affaires long-courrier sera accessible à partir de 449€ l'aller simple pour un Paris-New York. Seule contrainte, une escale à Reykjavik, située à mi-chemin entre l'Europe et l'Amérique du Nord. Pas sûr que cela en effraye beaucoup au regard des économies substantielles réalisées, le billet revenant pratiquement à 60% moins cher que celui acheté auprès d'une compagnie classique.