TRIBUNE LIBRE

Compagnies aériennes en faillite : quel impact sur les prix ?

> par le professeur et chercheur Paul Chiambaretto

PAUL CHIAMBARETTO EST PROFESSEUR DE MARKETING ET STRATÉGIE À LA MONTPELLIER BUSINESS SCHOOL ET CHERCHEUR ASSOCIÉ À L'ÉCOLE POLYTECHNIQUE. SPÉCIALISTE DU TRANSPORT AÉRIEN, IL INTERVIENT DANS DE NOMBREUSES INSTITUTIONS COMME L'ÉCOLE NORMALE SUPÉRIEURE DE CACHAN, L'ENAC, L'ISAE-SUPAÉRO ET L'ÉCOLE CENTRALE DE LYON.

Avec les annonces d'air-berlin ou d'Alitalia, l'été 2017 n'aura pas échappé à son lot de faillites de compagnies aériennes. Certaines mettront probablement la clé sous la porte, mais d'autres auront peut-être droit à une seconde chance après une réorganisation ou un rachat par un repreneur. Le ciel européen se recompose sans cesse, de sorte que le régulateur (national comme européen) s'interroge sur les effets économiques de ces faillites. Quel est leur impact sur la concurrence et sur les prix ?

LA FAILLITE : UNE RÉALITÉ MULTIPLE.

Derrière les titres de journaux parfois racoleurs annonçant la faillite d'une compagnie se cache une réalité complexe. Si l'on peut définir la faillite comme la situation d'un débiteur se trouvant dans l'impossibilité de faire face aux échéances de paiement (Martinet & Silem, 2005), être en faillite fait toutefois référence à des situations très diverses. Dans le secteur aérien, les compagnies américaines vont par exemple se déclarer « en faillite » quand elles se mettent sous la protection du Chapitre 11 (l'équivalent du redressement judiciaire) afin de continuer à exercer leur activité tout en réduisant leurs remboursements à leurs créanciers le temps de se restructurer (Ciliberto & Schenone, 2012a). Ainsi la quasi-totalité des compagnies américaines se sont déclarées en faillite au cours des quinze dernières années. A l'inverse, pour d'autres compagnies aériennes, on parlera de faillite pour signifier l'arrêt total des activités (on peut penser à la Panam, à Sabena, etc.). La compagnie aérienne n'a alors plus d'existence légale et ses actifs (créneaux aéroportuaires, avions, etc.) sont revendus aux plus offrants. On comprend dès lors que, suivant la perspective adoptée, l'impact des faillites sur la concurrence et les prix ne sera pas le même.

DR

LA FAILLITE POUR SE RÉORGANISER ET POUVOIR BAISSER SES PRIX.

La majorité des travaux sur les faillites portent sur des compagnies aériennes américaines. Borenstein & Rose (1995) ou Barla & Koo (1999) montrent ainsi qu'en se mettant sous la protection du Chapitre 11, les compagnies aériennes peuvent renégocier leurs contrats avec leurs créanciers, décaler certains remboursements pour au final réduire leurs coûts. Ce faisant, les compagnies aériennes en faillite peuvent réduire leurs prix et contraindre leurs concurrents à en faire de même, en particulier si les marchés sont très fortement concurrentiels (Hofer et al., 2009). Toutefois, cette baisse de prix s'accompagne souvent d'une réduction des destinations et des fréquences proposées afin de se concentrer sur les marchés les plus rentables (Borenstein & Rose, 2003). Mais les concurrents remplissent vite ce « vide » de sorte que les risques anticoncurrentiels pour les consommateurs sont faibles (Ciliberto & Schenone, 2012b).

LA FAILLITE POUR LAISSER LA PLACE À LA CONCURRENCE.

A l'inverse, lorsque la faillite aboutit à la disparition pure et simple de la compagnie aérienne, la situation peut a priori générer des effets anticoncurrentiels. En réduisant le nombre de concurrents sur une route, on peut ainsi observer à court terme une hausse des prix sur la route en question (Hüschelrath & Müller, 2013). Néanmoins, le marché ayant horreur du vide, les routes auparavant desservies par la compagnie en faillite sont rapidement exploitées par des compagnies aériennes concurrentes plus efficaces et plus performantes. On observe alors un « entry-inducing effect » qui amène à une réduction à long terme des prix sur la route en question, du fait de l'entrée de nouveaux concurrents plus performants que la compagnie défunte (Fageda et al., 2017).

Il est donc intéressant de voir que si la faillite d'une compagnie aérienne peut a priori apparaître comme une mauvaise nouvelle aux yeux des consommateurs, les études montrent que l'impact en termes de prix leur est plutôt favorable à long terme. Pour autant, les coûts humains et sociétaux de ces faillites demeurent majeurs et méritent de plus amples investigations. ■

Références

- Barla P, Koo B. 1999. Bankruptcy protection and pricing strategies in the US airline industry. Transportation Research Part E: *Logistics and Transportation Review* 35(2): 101–120.
- Borenstein S, Rose NL. 1995. Bankruptcy and Pricing Behavior in U.S. Airline Markets. *The American Economic Review* 85(2): 397–402.
- Borenstein S, Rose NL. 2003. The Impact of Bankruptcy on Airline Service Levels. *The American Economic Review* 93(2): 415–419.
- Ciliberto F, Schenone C. 2012a. Are the bankrupt skies the friendliest? *Journal of Corporate Finance* 18(5): 1217–1231.
- Ciliberto F, Schenone C. 2012b. Bankruptcy and product-market competition: Evidence from the airline industry. *International Journal of Industrial Organization* 30(6): 564–577.
- Fageda X, Jiménez JL, Perdiguero J, Marrero K. 2017. Does market exit of a network airline affect airline prices and frequencies on tourist routes? *Tourism Management* 61(Supplement C): 465–471.
- Hofer C, Dresner ME, Windle RJ. 2009. The impact of airline financial distress on US air fares: A contingency approach. Transportation Research Part E: *Logistics and Transportation Review* 45(1): 238–249.
- Martinet A-C, Silem A. 2005. *Lexique de gestion*. Dalloz: Paris.