

# LOW COST LONG COURRIER

## Un modèle à construire

*Hervé Pierret, Conférence OMNES Air France, 29, Mars 2011*



# Les prix bas en long courrier ne sont pas une nouveauté



# Des modèles qui se concurrencent de plus en plus

**HIER**

**Un cadre bilatéral figé**

**Compagnies nationales majeures**

**Compagnies nationales plus petites**

**Compagnies charters**

**AUJOURD'HUI**

**Un cadre bilatéral plus souple**

**Compagnies internationales majeures renforcés par les alliances et les hubs**

**Autres compagnies régulières**

**Compagnies charters**

**DEMAIN**



# Le modèle charter touristique long-courrier



## Commercialisation

- Peu ou pas de risque de remplissage
- Marque majoritairement B to B
- Faibles coûts marketing et commerciaux

## Planification & Flotte

- Flotte réduite et moderne
- Saisonnalité importante
- Forte flexibilité et productivité

## Structure & Coûts

- Structure légère à forte implication humaine
- Sous-traitance et achats optimisés
- Bonne utilisation équipages et saisonniers

→ **Beaucoup d'entrées/sorties d'acteurs ou grands groupes touristiques**

→ **Modèle majoritairement européen, arrivé à maturité**

→ **Dépendance de l'accès hôtelier (Par ex. Thaïlande HKT)**

## Des opérateurs qui se sont lancés sans succès dans le low fare



- Des tailles d'entreprise modestes
- Des moyens financiers limités
- Des configurations non densifiées
- Des routes très concurrentielles

# Appliquer certains fondamentaux du low cost moyen courrier

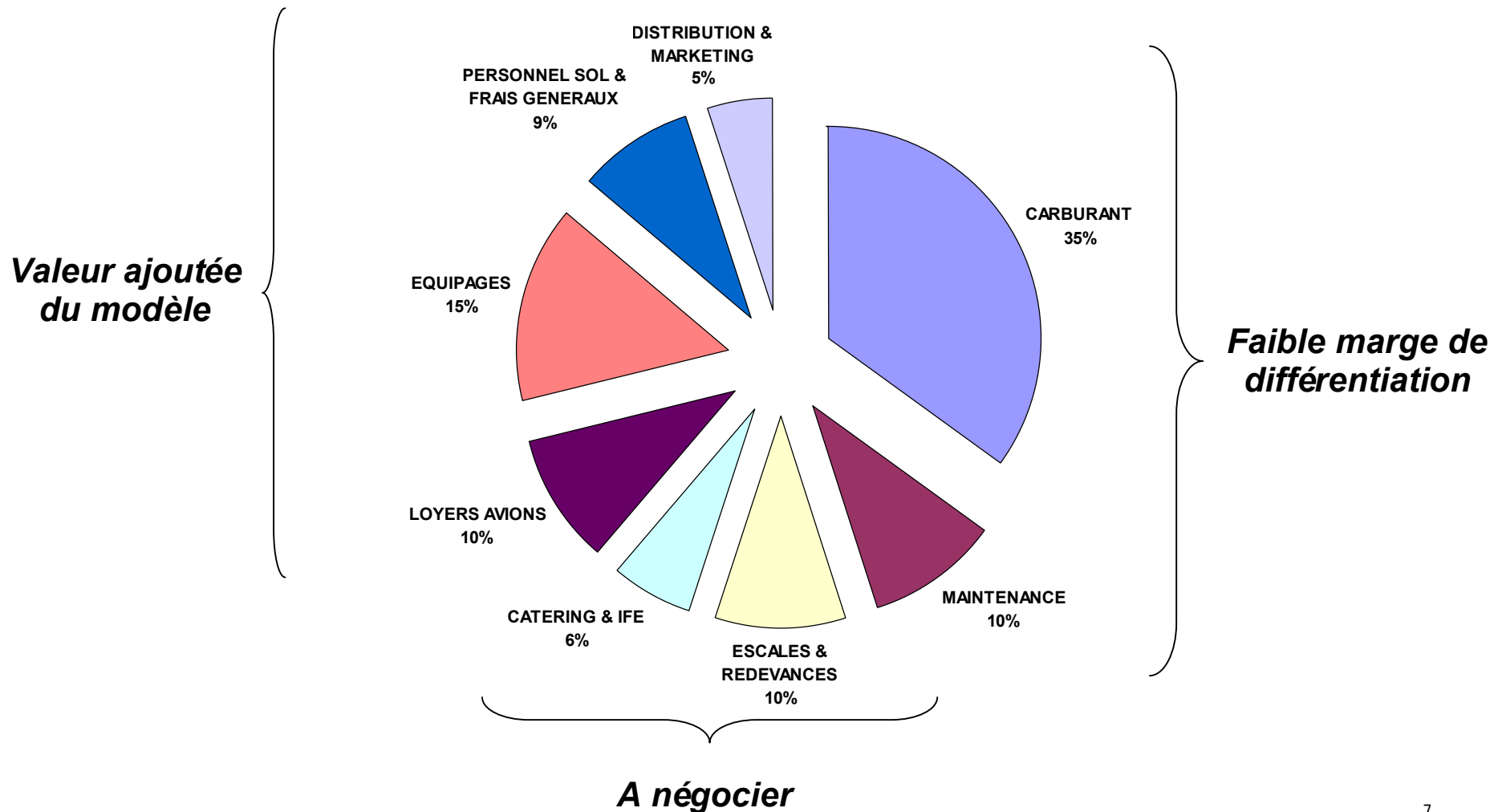


- Type avion unique
  - Flotte importante
  - Configuration mono classe
  - Densification maximale
  - Utilisation maximale des avions
- 
- Commercialisation directe, forte notoriété de la marque
  - Aucun service gratuit, vente en amont et à bord
  - Trafic point à point
  - Dessertes à forte élasticité
- 
- Organisation réduite, sous-traitance des fonctions non clés
  - Simplicité des processus et forte automatisation
  - Excellente productivité équipages



# Structure de coûts : Sur quels axes travailler ?

## Exemple de répartition des coûts en long-courrier



# Optimiser les coûts

- Viser une utilisation annuelle de 6000H par avion (+10%)
  - Appareils neufs et en nombre suffisant
  - Horaires guidés par l'utilisation machine
  - Des aéroports flexibles (saturation, ouverture)
  - Réseau optimisé, faible dispersion et fréquences
  - Mono base ou nombre suffisant d'avions par base
  
- Un modèle social à construire
  - Des navigants programmés aux butées réglementaires
  - Des coûts annexes équipages limités
  - Une structure centrale très légère pilotant les sous-traitants
  - Minimiser l'impact du temps par une croissance continue
  - Esprit « start up » à préserver sur la durée



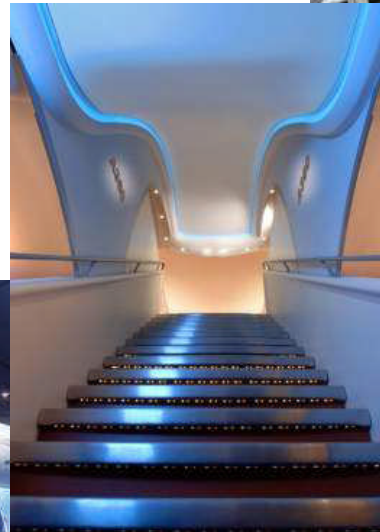


# Densifier en une classe unique

## Exemple de l'A380-800 à 840 sièges



- Pont principal : 510 sièges  
Espace 29/30" Largeur 19"
- Pont supérieur : 330 sièges  
Espace 30/31" Largeur 19"



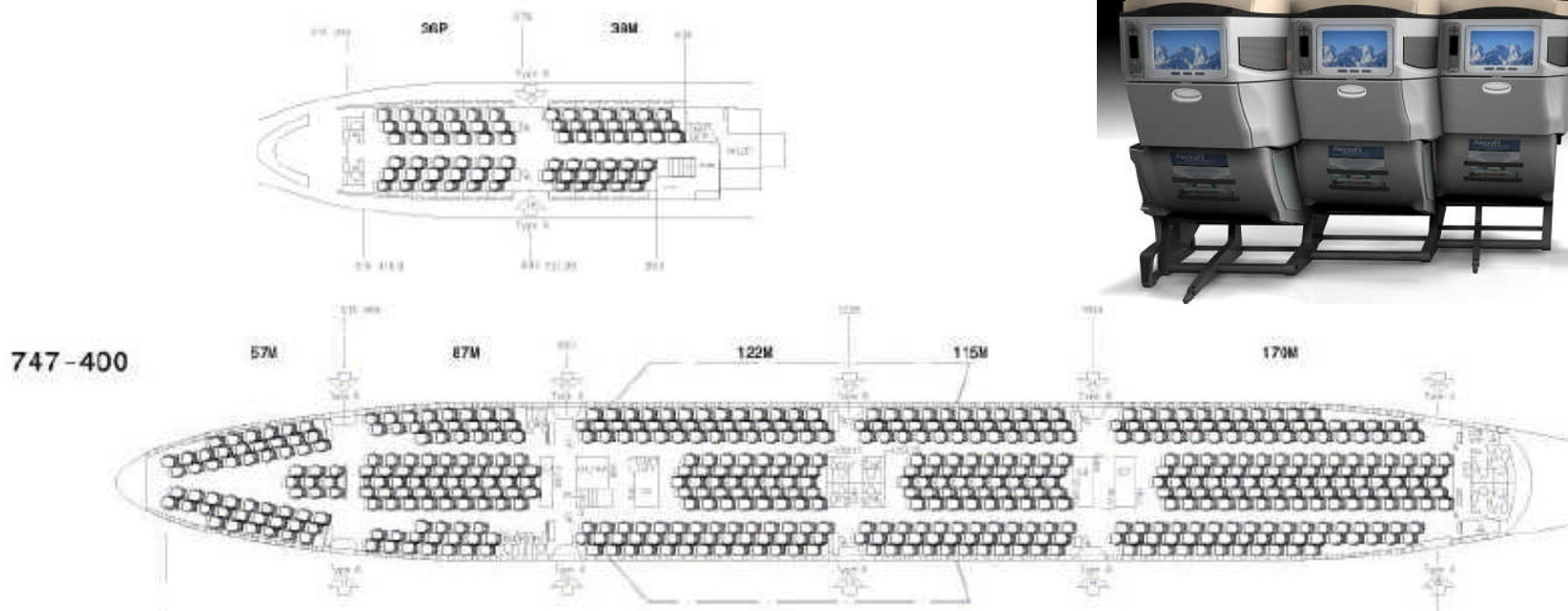
Pour rappel

- Quantas : 450 sièges (+87%)
- Singapore : 471 sièges (+78%)
- Emirates : 489 sièges (+72%)
- Air France : 538 sièges (+56%)

# Des produits novateurs pour augmenter la densification

Exemple 625 sièges en deux classes sur un B747-400 :

- Sièges en quinconce jusqu'à 11 de front
- 36 sièges premium (pitch de 36", largeur de 19")
- 589 sièges économie (pitch de 31", largeur de 18")



# Capitaliser sur la stratégie commerciale issue du low cost moyen courrier

- Créer une forte valeur de marque
- Vendre en direct majoritairement
- Vendre du point à point uniquement
- Viser des marchés
  - Importants en volume
  - A forte élasticité
  - A saisonnalité réduite
- Optimiser le remplissage par le prix
- Offrir une palette de services payants
- Rester simple



Le plus difficile...

**Des risques élevés**



**Des investisseurs à convaincre**



# Pourquoi Corsairfly n'a pas retenu le modèle low cost long courrier



- Transformer une entreprise existante et non créer une nouvelle compagnie
- Une structure de distribution commerciale classique
- 30 ans d'histoire sociale avec les coûts en résultant
- Un état d'esprit interne peu adapté combinée à une structure de frais fixes élevés
- Un positionnement difficilement compatible avec la notion de groupe touristique intégré
- Une prise de risque sur des gros modules densifiés trop importante pour l'actionnaire



## Un low cost long courrier asiatique désormais présent en Europe



- Deux lignes réellement long-courrier :  
KUL-STN & KUL-ORY opérées en A340-300
- 1,5% de l'offre totale du groupe Air Asia aujourd'hui
- Configuration bi-classe densifiée :  
325 sièges sur A340-300 et 377 sièges sur A330-300
- 6000 Heures de vol annuellement par A340
- Une commercialisation similaire au moyen-courrier
- De nombreuses prestations payantes
- 30% de clients en point à point uniquement,  
une majorité utilisant donc le hub moyen-courrier

## Des exemples à suivre prochainement



**Feel**<sup>®</sup>  
AIRLINE



**Prévu en 2011**



**AIR AUSTRAL**



**Prévu en 2013**

# MERCI – QUESTIONS

