



# LE *LOW-COST* LONG-COURRIER, UN NOUVEAU SEGMENT DE MARCHÉ À CAPTER

Le 28 novembre 2017, le DG du Groupe IAG, Willie Walsh, a annoncé l'installation de Level, sa nouvelle compagnie long-courrier *low-cost* à Orly. Le 8 janvier dernier, Norwegian a fait l'annonce de son Newark (EWR) au départ d'Orly. Indéniablement, ces compagnies nous démontrent leur esprit de conquête, tout comme easyJet et Ryanair savent le faire.

Level s'oriente sur le marché USA (Newark pour débiter), le Canada et les Antilles. Norwegian, déjà très implantée au départ de CDG sur les USA, se positionnera à Orly dès cet été sur le Newark, en réponse directe à l'offre de Level.

L'offensive sur notre marché long-courrier *low-cost* est déclenchée par deux compagnies étrangères. ☹☹☹



Transavia



47-49, avenue Simon Bolivar  
75019 Paris



[www.syndicat-spl.fr](http://www.syndicat-spl.fr)



@SplTransavia



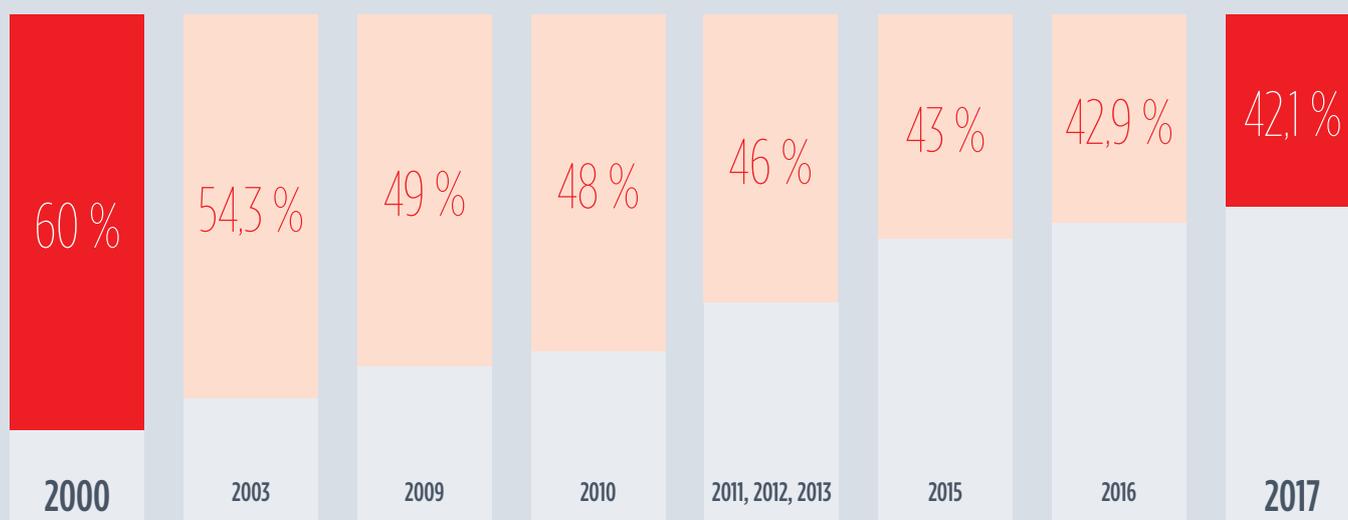
[transavia@syndicat-spl.fr](mailto:transavia@syndicat-spl.fr)

# EN CHIFFRES

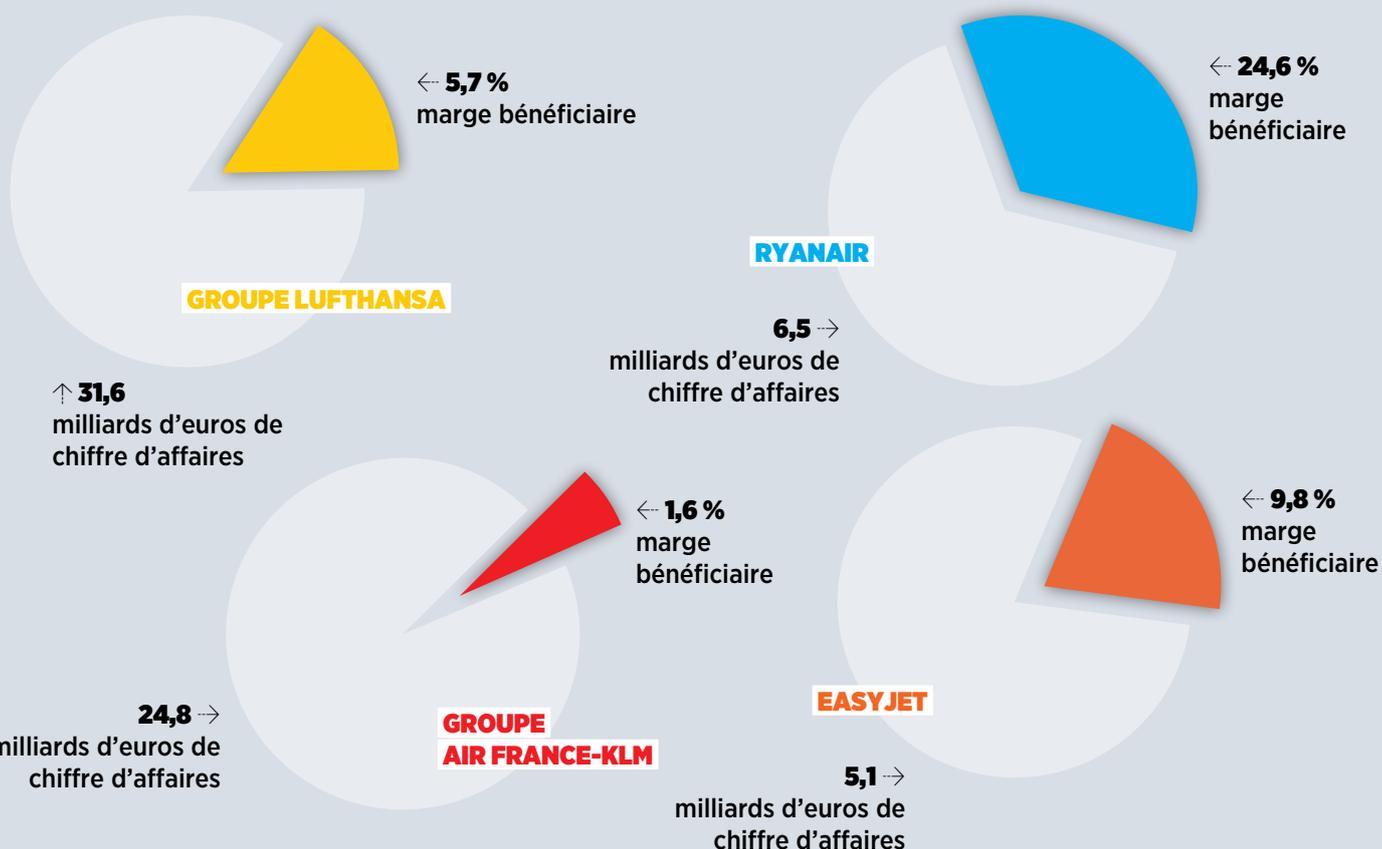
## LE NOMBRE DE PASSAGERS TRANSPORTÉS PAR LES COMPAGNIES LOW-COST DANS LE MONDE (EN MILLIONS)



## LA PART DU PAVILLON FRANÇAIS SUR CES DERNIÈRES ANNÉES



## ANNÉE 2016 | FOCUS SUR LES QUATRE COMPAGNIES AÉRIENNES PRINCIPALES



# QUELLES PERSPECTIVES POUR LE MODÈLE *LOW-COST* LONG-COURRIER ?

Les opérateurs qui ont tenté de ne proposer strictement qu'une offre long-courrier *low-cost* y sont parvenus, avec plus ou moins de succès. En revanche, toutes les compagnies possédant déjà une offre moyen-courrier susceptible de contribuer à alimenter leurs avions long-courriers concrétisent la réussite du modèle.

Stratégie retenue par Norwegian avec la combinaison de ses B737 et B787 et suivie par Level, qui bénéficie de l'important flux passager des A320 de Vueling, le moyen-courrier du Groupe IAG. Cette réorganisation a d'ailleurs été prise en compte par Lufthansa, opérateur historique. Une partie prépondérante de sa stratégie repose dès lors sur **Eurowings**, développant notamment son activité *low-cost* long-courrier sur la base de Berlin Tegel avec le support de ses 11 bases province.

LA STRATÉGIE EST BIEN COMMUNE : S'IMPOSER SUR SES *HOME MARKETS* POUR RENFORCER SON OFFRE *LOW-COST* LONG-COURRIER.

## LE MARCHÉ DU *LOW-COST* LONG-COURRIER SE DÉTOURNE DES HUBS PRINCIPAUX AU PROFIT D'ORLY AUJOURD'HUI... ET DEMAIN ?

La France est l'un des pays les plus visités au monde, avec le marché au plus fort potentiel de croissance d'Europe. Au regard des prévisions d'évolution du trafic passagers, un certain nombre de nos aéroports de province est déjà ou sera prochainement investi par le long-courrier *low-cost* :

- ① **Lyon** : plus de 10 millions de passagers.
- ② **Nice** : vers les 13 millions de passagers.
- ③ **Bordeaux** : plus de 6 millions de passagers.
- ④ **Marseille** : 9 millions de passagers, 11 millions prévus en 2025.

LEVEL NE CIBLE PAS MOINS DE 30 AVIONS LONG-COURRIERS À L'ÉTÉ 2022, RÉPARTIS SUR PLUSIEURS PLATES-FORMES EUROPÉENNES. NORWEGIAN EN POSITIONNERA AUTANT RIEN QUE POUR CETTE ANNÉE 2018 !

## QUELLE PLACE POUR LE GAF SUR *LOW-COST* LONG-COURRIER ?

Ne laissons pas la concurrence nous challenger une fois de plus sur notre marché.



Aujourd'hui, ces opérateurs ne céderont plus de terrain et nous mettront constamment sous pression.

« CET ÉTÉ, SUR L'ATLANTIQUE NORD, NORWEGIAN OPÉRERA PLUS DE VOLS QU'AIR FRANCE ».

JEAN-MARC JANAILLAC LORS DE L'AUDITION AU SÉNAT DU 18 JANVIER 2018

Il est de la responsabilité de nos dirigeants de ne pas reproduire les erreurs du passé. Rappelez-vous lors de l'arrivée des premières *low-cost* en 2000 : un aveuglement qui coûtera un effondrement du pavillon français sur le court et moyen-courrier en moins de 15 ans (passant de 60 % en 2000 à 42,1 % en 2017). ●

« LE GROUPE AIR FRANCE DOIT RETROUVER SA PLACE DE LEADER ».

JEAN-MARC JANAILLAC, PRÉSIDENT DU GROUPE AF-KLM





# TRANSAVIA ET LE LOW-COST LONG-COURRIER

Transavia a eu pour mission de contenir le développement des *low-cost* au départ d'Orly. Un pari dont le GAF est incontestablement sorti gagnant, comme en témoignent les bons résultats de Transavia en 2017.

**D**ix années ont été nécessaires pour asseoir la notoriété de Transavia, avec une offre adaptée et de qualité, en imposant le « *low-cost with care* ». Notre entreprise est reconnue et régulièrement désignée « *meilleure compagnie low-cost européenne* » (sources *Capital* / site *Flight report*).

Ce modèle agile et dynamique du Groupe, dont la marque est aujourd'hui reconnue des passagers, permettrait naturellement à Transavia de prendre toute sa place sur ce nouveau segment de marché. Le SPL TO soutiendra Transavia pour devenir la « **force d'action rapide du Groupe** », capable de partager la qualité commune à tous ces nouveaux opérateurs : réagir et s'installer rapidement où les marchés se créent et se développent.

FACE À LA MENACE IMMÉDIATE QUI PÈSE SUR NOUS TOUS À ORLY, LE SPL TO PROPOSE LA MISE EN PLACE RAPIDE DANS UN PREMIER TEMPS D'UN *DAMP LEASE* DU B787 / A330 CHEZ TRANSAVIA, EXACTEMENT COMME NOUS AVONS SU LE FAIRE PAR LE PASSÉ AVEC L'A320.

## À CETTE PROPOSITION DÉFENSIVE, IL EST DE NOTRE DEVOIR DE REPENSER UN AVENIR OFFENSIF

Les dernières consultations demandées nous ont montré que Transavia est la marque la mieux positionnée pour se déployer sur les destinations soleil telles que Cuba, Colombo, Phuket, Cancún ou Dubaï. Nous invitons l'ensemble des partenaires sociaux PNT à mener objectivement une analyse sur nos réalités de marché. Trois retours d'expérience peuvent déjà nous apporter des éléments de réponse dans la perspective de ces projets :

➔ **L'augmentation de l'offre sur La Réunion** a stimulé l'offre tarifaire entraînant une croissance du marché de 17 %. La preuve qu'un marché a



© XAVIER REVUELTA - SPL

la capacité de se développer avec l'arrivée de nouveaux acteurs.

- ➔ **Le PDG de Level a vanté** les bonnes premières performances de sa compagnie sur la base de Barcelone en faisant le constat positif de ne pas avoir cannibalisé les vols long-courriers d'Iberia. Il analyse la création d'un nouveau marché avec des passagers qui n'auraient jamais pris l'avion sans cette offre tarifaire.
- ➔ **On retrouve le même constat** pour le *wing to wing* de Transavia qui n'a pas détourné le marché de la *main line* sur CDG.

Attaquer le marché du low-cost long-courrier nécessitera que syndicats et directions libèrent Transavia des diverses limitations qui lui sont imposées :

- ➔ limitation à 200 sièges ;
- ➔ limitation à 2 500 NM ;
- ➔ limitation à 40 avions. ●

CE POSITIONNEMENT STRATÉGIQUE POUR TRANSAVIA ET LE GAF EXIGERA D'AGIR INTELLIGEMMENT ET VITE, AU RISQUE DE SE VOIR IMPOSER UNE SOLUTION QUI PERMETTE DE CONTOURNER TOUT DIALOGUE SOCIAL.