Zeitschrift: Suisse magazine = Swiss magazine
Herausgeber: Suisse magazine
Band: - (2003)
Heft: 167-168

Artikel: Swiss, ou les ailes de l'espoir
Autor: Goumaz, Michel
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-849706

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 04.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Swiss, ou les ailes de l'espoir

Dans un contexte de marasme généralisé, difficile d'être une compagnie aérienne. Avec courage, Swiss relève le défi. Et quand l'on représente dans le monde entier l'image du pays, on se doit d'être le meilleur. *Suisse Magazine* vous emmène à la découverte de la nouvelle compagnie aérienne helvétique.

MD 11.

Il était une fois une merveilleuse compagnie aérienne, les spécialistes affirmaient même que c'était la meilleure du monde. On l'appelait Swissair. Elle eut hélas une fin regrettable que chacun connaît.

Pendant quelques mois, sa petite sœur régionale, qui s'appelait Crossair, reprit le flambeau lançant ainsi un formidable défi à l'adversité. Il fallait cependant créer une nouvelle compagnie. Ses nouveaux dirigeants, André Dosé en tête, s'attelèrent à une tâche immense, alliant à une foi profonde une volonté de tous les instants. On commença par lui donner un nouveau nom. Dès le 31 mars 2002, elle s'est appelée "Swiss" tout simplement. Pour que la forme juridique soit parfaite, on lui adjoignit les vocables "International Air Lines Ltd". C'est ainsi qu'elle a aujourd'hui la responsabilité de porter notre croix blanche sur fond rouge aux quatre coins de l'Europe et du monde.

Brûler ce qu'on a adoré ?

Certes le pari est difficile à tenir. Les conditions ne sont plus aussi florissantes que dans le passé. Le 11 septembre 2001 a provoqué un coup fatal à plus d'un dans le transport aérien. Comme cela ne suffisait pas, il y a eu la guerre d'Irak et, bien pire encore, la pneumopathie atypique ou SRAS incitant une majorité de voyageurs à se calfeutrer à la maison. Il ne faut donc pas s'étonner que les grandes compagnies aériennes gravement touchées par ces événements aient dû prendre, à plusieurs

reprises, des mesures drastiques de restriction, engendrant même de profondes restructurations telles que diminution des flottes, réduction massive de personnel, suppression de destinations peu rentables.
Comme les autres, et au plus mauvais moment, Swiss a subi pleinement les effets pervers d'une situation mondiale devenue instable.

La critique est aisée et l'art est difficile

Certains milieux en Suisse, quelques médias en particulier ont sans doute oublié cet adage et se sont mis à tirer sur la pianiste alors qu'au contraire il faudrait l'encourager. Minimiser le chiffre de 11,2 millions de passagers transportés l'an dernier serait une erreur, car ce succès, il faut le souhaiter, devrait être annonciateur de jours meilleurs sur le plan financier. Certains gros nuages noirs, amoncelés dès ce début d'année, commencent à s'estomper. Il est donc raisonnablement possible de penser à une certaine reprise du transport aérien et du tourisme dans un avenir pas trop lointain.

Une nouvelle envergure

À sa création, Swiss International Air Lines s'était dotée d'un plan commercial qui prévoyait le maintien d'un système de transport aérien commercial suisse et la poursuite des liaisons entre tous les aéroports du pays et les principales destinations étrangères. Depuis ce moment, ce que personne à l'époque ne pouvait imaginer, la situation économique s'est dramatiquement dégradée : nombre de passagers en recul, revenus en baisse, coûts en augmentation et stagnation de la productivité. Dans ces conditions, il devenait impossible pour Swiss, comme pour de nombreuses autres compagnies aériennes, de maintenir le cap initialement prévu et de gérer l'entreprise de manière rentable. Il faut savoir qu'en avril 2003, en valeur globale pour le monde entier, le revenu par kilomètre/passager a diminué de 18 % par rapport à la période correspondante de l'année dernière. En Asie, les revenus ont même reculé de 44 %.

Embraer 145.

Swiss redémarre sur de nouvelles bases

À fin juin, constatant que les pronostics de croissance économique sur lesquels était fondé le premier plan commercial ne se sont jamais vérifiés et qu'il a fallu constamment les revoir à la baisse depuis l'automne 2001, la compagnie a été amenée à élaborer un nouveau plan stratégique. Cela entraîne une restructuration de l'entreprise par un réajustement du réseau, une diminution de la flotte qui ne comprendra plus que 18 avions long-courriers, Airbus A3 30 et le nouvel A 340 qui va remplacer prochainement les MD 11, 21 moyen-courriers de la famille Airbus A 320 et 35 court-courriers (Saab 2000, Embraer et Avro), une réduction importante du personnel à tous les niveaux et une nouvelle notion du transport aérien en Europe. Ces mesures, certes impopulaires mais nécessaires, sont à la base non seulement de la survie de la compagnie mais aussi les fondements de la victoire.

Un rapport qualité-prix optimal

Dans son offre future, la compagnie fait la différence entre l'excellence sur les lignes intercontinentales, où les passagers exigent la qualité haut de gamme que leur offre Swiss et l'efficacité sur le réseau européen. Il s'agit ici de réagir aux nouvelles exigences de la clientèle en adaptant le produit aux besoins d'un marché sur lequel les tarifs, en corrélation avec la ponctualité, les horaires, les correspondances et la souplesse des conditions de réservation, jouent un rôle prépondérant. Swiss introduira cet automne un concept novateur en Europe. Elle sera en effet la première compagnie aérienne à offrir sur ses

Airbus A 320.

Airbus A 340-300.

lignes européennes une Classe Affaires de première qualité ainsi qu'une Classe Economique extrêmement avantageuse. La compagnie entend ainsi offrir à ses clients un rapport qualité-prix optimal et individualisé : le client a le choix et ne paie plus que pour les prestations dont il veut profiter. A l'avenir, s'il vole en Classe Economique, il paiera son en-cas et sa boisson. En revanche, en Classe Affaires, il continuera à profiter du service auquel il est habitué.

Confiance

Il fut un temps pas très lointain où nous avions tendance à dire " il n'y en a point comme nous ! ". Il faut dire que les Suisses étaient bons dans de nombreux domaines, la qualité de nos produits ou prestations était mondialement reconnue. L'ouverture des marchés, une concurrence devenue toujours plus vive, ont dû nous faire admettre que nous n'étions pas le nombril du monde et qu'il fallait constamment se remettre en question. À force de s'interroger, la trop belle confiance que nous avions s'est souvent effilochée au profit du doute, de l'incertitude ou d'un manque d'engagement.
En 1998, la France a gagné la coupe du monde de football. Cela a donné un élan de confiance à toute la nation. Cette année, les Suisses, excellents navigateurs, se sont distingués sur les mers les plus difficiles du monde. Que ce soit grâce à Steve Ravussin, battu au poteau par une noire malchance tout en gardant le sourire, Bernard Stamm gagnant la course du monde en solitaire avec escale ou le fantastique équipage d'Alinghi remportant la coupe de l'America, sous la houlette d'Ernesto Bertarelli, le cœur des Suisses a vibré. Une bonne partie du pays et même de l'Europe n'a-t-elle pas passé des nuits blanches pour soutenir moralement ce superbe voilier afin que ce trophée retrouve l'Europe après plus de 150 ans d'absence.
Cela prouve que les Suisses savent et peuvent gagner. Il faut que cet élan fantastique dure, que cette volonté de vaincre perdure et que les Suisses continuent à croire à la valeur de leurs qualités traditionnelles.
Il est donc temps aussi qu'ils soutiennent, comme ils le firent jadis, leur compagnie aérienne pour lui assurer longue vie.

Distinctions pour Swiss

Skytrax, l'un des instituts de sondage d'opinion les plus réputés dans la branche du transport aérien, a décerné à Swiss le prix du meilleur personnel de cabine dans la catégorie Europe. Dans le monde entier, plus de 1,8 million de passagers ont répondu à son sondage.
Cet " Oscar " du transport aérien est attribué en tenant compte du jugement porté sur le personnel de cabine en fonction non seulement de son efficacité, mais également de critères plus subjectifs qui permettent de déterminer ce qui fait d'un voyage en avion une expérience spéciale pour les passagers. Sur une période de six mois, les passagers interrogés se sont prononcés sur les critères suivants : Efficacité - Présence - Attention - Amabilité - Constance - Sincérité et maintien.
Le 2 juin dernier, les lecteurs de l'édition brésilienne du magazine BT Business Travel ont désigné Swiss comme étant leur compagnie aérienne européenne favorite. Avec plus d'un tiers des voix exprimées, Swiss s'impose clairement comme la favorite des voyageurs d'affaires brésiliens. Air France s'est classée au deuxième rang, avec 14,8 % des voix.

Une compagnie pas comme les autres

Lors d'un vol très récent à destination de Genève, ce fut un plaisir d'entendre deux hommes d'affaires, français probablement, dire : je vole avec Swiss, car c'est la meilleure compagnie tant sur les petits parcours que sur des destinations lointaines. Et en plus, déclaraient-ils, elle mérite d'être encouragée.
Le slogan de l'année est prometteur : " Destination Excellence. " Swiss souhaite être une compagnie aérienne de référence sur le plan d'une qualité irréprochable, une compagnie ambitieuse au sein de laquelle chacun est fier de sa mission. L'accent est mis sur le produit : Haut de gamme sur le long-courrier - économie et efficacité en Europe.
Il faut qu'un vol et ses à-côtés terrestres soient une ▷

Embraer 145.

Saab 2000.

expérience plus fascinante et séduisante que celle offerte par ses concurrentes. Pour assurer son succès, Swiss se doit de promouvoir les valeurs classiques de son pays d'origine qualité, prestige, tradition dans l'hospitalité, le service, l'efficacité, la sécurité, la fiabilité et la propreté, facteurs indispensables. Cependant tradition ne signifie nullement stagnation ou satisfaction de soi. C'est ainsi que Swiss tient aussi à mettre en valeur le concept d'une Suisse moderne, novatrice, active, fraîche, élégante, attachante et à l'esprit ouvert.

La flotte

Afin d'assurer cette qualité sur les vols long-courriers opérés par le superbe A 330, l'avion le plus élégant que l'on puisse voir à l'heure actuelle, et pour peu de temps encore par le MD 11, Swiss a commandé 9 nouveaux Airbus A 340-313. Le premier vient d'être livré, six autres suivront cette année et les deux derniers en 2004. Ces avions sont certainement ce qui se fait de mieux dans le transport aérien d'aujourd'hui. Ils offriront dans leur version " Swiss " un confort exceptionnel aux passagers des trois classes. En particulier, les voyageurs de la classe économique auront droit à davantage d'espace et à un service attentif. En outre, des concepts gastronomiques inédits sont proposés dans toutes les cabines ainsi que dans les salons. Ils comprennent dix-huit mets spéciaux, des portions plus généreuses, des plats d'inspiration régionale.

Les " low cost "

Depuis quelques années, les transporteurs aériens traditionnels subissent une concurrence très vive de la part des compagnies dites " low cost ". La publicité est parfois trompeuse : le nombre de places offertes à des prix stupéfiants, souvent à des horaires peu agréables, est limité si l'on ne s'y prend pas longtemps à l'avance pour faire sa réservation irrévocable. Si l'on souhaite partir à un jour et une heure précis, on constate alors que les tarifs proposés ne sont plus du tout concurrentiels.

Swiss offre déjà des tarifs spéciaux à des prix particulièrement compétitifs, un Paris-Genève et retour est proposé sur le web à 55 euros hors taxes d'aéroport exigibles quelle que soit la compagnie choisie. Des avions de dimensions restreintes, tel l'Embraer RJ 145 sur la ligne de Paris à Genève, particulièrement confortable avec ses sièges en cuir gris et bleu, permettent d'obtenir un rendement optimum en offrant aussi des prix attractifs. Et contrairement à ce qui se passe avec les compagnies à bas prix, le passager dispose d'un vaste réseau de lignes et d'un nombre de fréquences élevé tout en ayant la possibilité d'accumuler des miles de bonus. La visualisation des disponibilités sur Internet est particulièrement claire et propose si nécessaire différentes alternatives.

Nous vous parlerons ultérieurement de l'horaire d'hiver ainsi que des nouveautés qui seront proposées par une compagnie qui fait de grands efforts pour se faire une place au soleil et qui reste profondément ancrée au cœur d'une majorité de nos concitoyens et de nombreux passagers du monde entier.

L'intérieur de l'Embraer RJ 145 (Photo Michel Goumaz).

Michel Goumaz