Il y a un pilote dans l'avion

Autor(en): **Goumaz, Michel**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Suisse magazine = Swiss magazine**

Band (Jahr): **- (2003)**

Heft 169-170

PDF erstellt am: **02.06.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-849711

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Il y a un pilote dans l'avion

Dans notre dernier numéro, nous vous avons raconté l'histoire de notre nouvelle et jeune compagnie nationale. Depuis, bien de l'eau a coulé sous les ponts. La direction de Swiss, consciente des difficultés du transport aérien à une époque où les crises se sont multipliées, que ce soit la conjoncture économique, la guerre d'Irak ou la pneumonie atypique. Si ces deux derniers événements sont en passe d'être oubliés, on ne peut pas encore dire que la croissance soit revenue malgré quelques signes encourageants du côté des États-Unis.

Il a fallu prendre un certain nombre de décisions importantes afin de s'adapter aux conditions du marché et faire des choix parfois difficiles et douloureux. C'est ainsi que la compagnie a été redimensionnée en supprimant pour l'horaire d'hiver les lignes peu rentables, avec pour conséquence une réduction de la flotte et du personnel. Aujourd'hui, avec une flotte de 79 avions au total, la compagnie desservira 71 destinations dès l'entrée en vigueur de l'horaire d'hiver, le 26 octobre 2003.

AVRO RJ 85

Réduire la voilure était un premier pas bientôt suivi d'un deuxième totalement innovateur.

Les transporteurs aériens à bas prix (*low cost*) ont pris des parts de marchés de plus en plus importantes. Il existe aujourd'hui environ 500 lignes " point à point " desservies par au moins une de ces compagnies. En Grande-Bretagne par exemple, ces compagnies détiennent presque 40 % du marché. Il ne faut pas penser que toutes les places offertes par ces compagnies sont proposées et vendues au prix d'appel que l'on voit sur les panneaux publicitaires. Loin de là même, surtout si vous vous y prenez un peu tard pour faire votre réservation. Si vous faites une comparaison à ce moment, vous constaterez que les compagnies traditionnelles offrent souvent des tarifs plus avantageux.

Face à cette situation, Swiss a décidé de ne plus subir cette concurrence sans réagir. Un nouveau concept de marketing a été lancé avec les deux notions : Swiss en Europe = efficacité et Swiss long-courriers = excellence.

Nous vous parlerons ultérieurement des vols à longue distance, du nouvel Airbus A 340 et du superbe A 330 et de la qualité exceptionnelle des services proposés. En Europe, où la durée des vols n'excède guère deux heures à quelques exceptions près, le service à bord n'est plus la raison primordiale du choix d'une compagnie ou d'une autre. Avec l'horaire, le prix devient de plus en plus un facteur décisif. À cela s'ajoutent les expériences faites par les passagers, la notoriété de la campagne et la facilité de réservation.

Dernière minute

Le 13 octobre, Swiss a été distinguée à New York comme étant la meilleure compagnie aérienne européenne. Dans la catégorie " Europe " des World Travel Awards, la jeune compagnie Swiss a obtenu cette distinction en devançant des compagnies renommées telles que British Airways, Lufthansa, Alitalia et Air France.

C'est la troisième fois cette année que Swiss se voit décerner un prix international. En février dernier, la compagnie aérienne suisse a été élue meilleur transporteur à destination des deux Amériques par le magazine allemand des voyages d'affaires *Business Traveller*. En juin, c'est Skytrax, institut de sondage réputé dans la branche du transport aérien, qui a offert à Swiss le prix du " Meilleur personnel de cabine " en Europe.

Des améliorations sur le vol Paris Genève

Avec l'horaire d'hiver, Swiss offrira 6 rotations quotidiennes qui seront opérées par l'Avro RJ 85/100, appelé aussi Jumbolino offrant selon les versions 82 ou 97 sièges. Propulsé par quatre réacteurs puissants, il lui est possible de décoller et d'atterrir sur des pistes courtes. Cela représente une augmentation importante de l'offre sur ce parcours où les vols étaient souvent complets.

Un concept novateur

Forte de ces constatations, la direction de Swiss a élaboré un concept novateur pour l'Europe en tenant compte de trois facteurs : le prix, la distribution et le produit. Le prix : Il fallait une structure tarifaire simple proposant des tarifs avantageux pour toutes les destinations européennes, compétitifs par rapport à ceux des compagnies à bas prix, ne conte-

Air Luxor choisit le même concept

Petite et excellente compagnie privée portugaise, Air Luxor propose à son tour le même genre de services, soit des billets au meilleur tarif possible et des prestations à bord payantes en classe économique sur les vols entre Paris et le Portugal. Ces nouveaux tarifs " Light " sont vendus par l'intermédiaire des agences de voyages ou sur www.air-luxor.com. Interrogés, ses dirigeants affirment avoir eu la même idée que Swiss à quelques semaines d'intervalle. Il ne s'agit pas d'une copie mais d'une réflexion faite pour améliorer la compétitivité et la rentabilité de la compagnie.

nant qu'un minimum de règles et de restrictions, permettant la combinaison de tarifs différents entre l'aller et le retour (par exemple un aller en classe affaires et un retour en classe économique). La taille de la compagnie permet la mise en œuvre rapide de cette nouvelle politique.

La distribution : S'il est bien sûr toujours possible de réserver son vol chez son agent de voyages habituel, il est de plus en plus facile de le faire par le biais d'Internet. Swiss a mis en place un nouveau logiciel très performant permettant de choisir les critères qui semblent les plus importants pour le passager, à savoir le prix, l'horaire ou la classe. Ce système permet de trouver le meilleur prix si l'on a une certaine souplesse quant au choix de la date du voyage.

Le produit : Il n'y a aucun changement pour les avions qui sont modernes, confortables et adaptés au trafic de ligne. Les équipages sont toujours souriants et efficaces. En revanche, si le service à bord en classe affaires (Swiss Business) n'a pas changé, il est devenu payant en classe Swiss Economy. On peut acheter en vol ou faire la commande lors de la réservation collations, boissons chaudes ou froides, avec ou sans alcool. Cette nouvelle pratique est devenue la règle aux États-Unis et sera sans doute copiée dans un proche avenir.

Le but de cette conception du transport aérien à courte distance est de regagner des parts de marché en Europe, surtout au détriment des compagnies low cost, d'accroître le taux d'occupation des sièges des avions sur les liaisons point à point grâce à des tarifs plus avantageux, d'augmenter les revenus grâce à une offre plus simple et plus transparente qui concerne les tarifs, réduire les frais variables, notamment en ce qui concerne la distribution et le service à bord et enfin de contribuer à atteindre l'objectif de rentabilité de la compagnie.

MICHEL GOUMAZ

Pour en savoir davantage ou réserver un vol

Votre agent de voyage ou
www.swiss.com

Y a-t-il un pilote dans l'avion ?

Nous avons testé le système de réservation sur Internet et le nouveau service à bord.

Après quelques hésitations dues à la nouveauté, nous avons réussi à trouver un tarif à 27 euros le trajet pour voler de Paris à Genève et retour. Avec les taxes d'aéroport, le billet a coûté en tout 92 euros. Cette offre était plus avantageuse que celle d'une compagnie à bas prix proposant les mêmes tarifs mais facturant un supplément pour le paiement inévitable par carte de crédit. Certes, pour obtenir ce tarif, il a fallu s'y prendre à l'avance et modifier d'un jour la date de retour. Un message de confirmation de réservation est adressé au passager sur son adresse e-mail. Muni de cette confirmation, il suffit de se rendre au comptoir d'enregistrement avec son passeport ou sa carte d'identité. C'est extrêmement simple. Il n'y a plus de billet donc pas de risque de le perdre. C'est ce qu'on appelle aussi le e-ticket.

Nous avons goûté au nouveau service à bord payant. La formule est séduisante. Si l'on a une petite faim, on choisit un sandwich, une salade, une douceur ou une boisson. Le système précédent où les collations servies à bord étaient incluses dans le prix du billet en augmentait évidemment le prix alors que souvent le passager y renonçait n'en ayant pas réellement envie.

Swiss adhère à l'alliance Oneworld

Le 22 septembre, au terme de négociations intensives, Swiss a atteint l'un des ses principaux objectifs stratégiques : l'adhésion à une alliance mondiale de premier rang. Swiss devient ainsi le neuvième membre de l'alliance, qui regroupe les compagnies renommées suivantes : American Airlines, British Airways, Qantas, Cathay Pacific, Iberia, LanChile, Finnair et Aer Lingus.

Cet accord améliore sensiblement les perspectives économiques de Swiss. Les membres de Oneworld ont l'intention de renforcer le rôle de l'aéroport de Zurich en tant que plate-forme de correspondances au cœur de l'Europe.

L'adhésion se traduit pour la clientèle de Swiss par de nouvelles liaisons aériennes et par des fréquences aériennes supplémentaires. Oneworld propose chaque jour plus de 8 600 vols vers plus de 570 destinations dans 136 pays. Sur tous ces vols, les passagers de Swiss peuvent gagner et dépenser des miles. Ils ont en outre accès aux 380 salons privés " Oneworld " sur les six continents.