

Aviation d'affaires

AVION PRIVE



“Lorsqu'on connaît le salaire journalier d'un haut responsable, on comprend mieux les répercussions négatives d'une perte de temps sur l'entreprise”, explique Laurent Buisson, chez Aéro Capital.

2008, c'était au tour du Japonais Honda de lancer à Genève la commercialisation de son HondaJet de six places, après un premier succès rencontré aux Etats-Unis. Mais malgré cet ef-

tive plus avantageuse. “Pour un Paris-Genève ou un Paris-Londres, un VLJ permet de voyager en déboursant seulement 3 000 ou 4 000 euros. Or, les dirigeants se déplacent rarement seuls. On

On compte souvent 4 ou 5 personnes à bord d'un jet pour une même entreprise. Le coût est donc plus élevé en utilisant des lignes régulières

fort financier, le coût d'acquisition reste bien trop élevé pour de nombreuses entreprises. Si des sociétés comme Peugeot, Bouygues, Michelin ou Fiat possèdent leur propre avion, la plupart optent pour la location, une alterna-

compte souvent 4 ou 5 personnes à bord d'un jet pour une même entreprise. Le coût est donc plus élevé en utilisant des lignes régulières de compagnies aériennes”, illustre Samuel Bucciacchio. Il rappelle aussi qu'en jet, l'aller-retour se fait

3 questions à

Laurent Buisson,

Président d'Aéro Capital, société spécialisée dans la gestion de l'exploitation de jets privés.

“Un coût de revient de l'ordre de la voiture est possible !”

En Europe, l'avion d'affaires a pris du temps à entrer dans les mœurs des dirigeants d'entreprise. Comment expliquez-vous cette hésitation à recourir au jet ?

Les années 1980 ou 1990 ont été totalement différentes de la décennie actuelle. Il y a 10 ans encore, on achetait parfois des avions sans véritablement se soucier des coûts engendrés. La plupart du temps, les entreprises revendaient leur jet à peine deux ans après l'achat. Ces dérapages budgétaires ont pro-

gressivement créé une mauvaise image de l'utilisation de l'avion privé qui n'incitait personne à choisir ce mode de déplacement. L'étiquette de gaspillage ou de produit de luxe sans utilité peine aujourd'hui à disparaître. Pourtant, ces négligences budgétaires concernant les voyages d'affaires n'existent plus du tout, bien au contraire. Désormais, on étudie de près les conditions d'utilisation des jets. Plusieurs solutions de réduction de coûts sont apparues depuis le début des années 2000, comme le “time share”, une stratégie qui consiste à acheter un avion en groupe, en se partageant les frais, au même titre qu'un appartement en copropriété.

“Au même titre qu'un appartement mis en agence de location par son propriétaire, nous confions l'avion à une compagnie aérienne lorsque celui-ci n'est pas utilisé”

gressivement créé une mauvaise image de l'utilisation de l'avion privé qui n'incitait personne à choisir ce mode de déplacement. L'étiquette de gaspillage ou de produit de luxe sans utilité peine aujourd'hui à disparaître. Pourtant, ces négligences budgétaires concernant les voyages d'affaires n'existent plus du tout, bien au contraire. Désormais, on étudie de près les conditions d'utilisation des jets. Plusieurs solutions de réduction de coûts sont apparues depuis le début des années 2000, comme le “time share”, une stratégie qui consiste à acheter un avion en groupe, en se partageant les frais, au même titre qu'un appartement en copropriété.

C'est ce type de solutions qui rend désormais le jet privé attractif d'un point de vue économique ?

Oui, même si le “time share” n'est pas l'option la plus intéressante. Certains dirigeants n'apprécient pas cette stratégie car les conditions de vol ne sont pas forcément adaptées de manière optimale à chaque client. Au sein d'Aéro Capital, nous proposons une

autre solution qui rend le jet encore bien moins coûteux. Au même titre qu'un appartement mis en agence de location par son propriétaire, nous confions l'avion à une compagnie aérienne lorsque celui-ci n'est pas utilisé. Le produit de la location issu de cette opération permet de payer les charges de l'appareil, si bien que son coût de revient devient extrêmement bas, parfois de l'ordre de la voiture. Le fait de faire travailler un jet en dehors de son circuit habituel de fonctionnement change beaucoup de

choses. Le coût final s'en trouve divisé par 4 ou 5.

Entre une PME et une très grande entreprise, les budgets consacrés aux voyages d'affaires n'ont rien à voir. Comment faire pour adapter au mieux l'offre au client ?

Nous préconisons une démarche de conseil visant à offrir une solution sur mesure. Notre méthode de travail consiste tout d'abord à relever tous les déplacements de l'entreprise, leur fréquence, les destinations habituelles. Nous calculons ensuite le coût d'un voyage en fonction des différents moyens de transport (voies routières, ferroviaires, aériennes). Le budget relatif aux déplacements est comparé aux coûts d'utilisation des avions que nous proposons. Le client constate ainsi par lui-même quelles seront ses dépenses au cours des années à venir, et saura s'il choisit l'option aérienne. Les évaluations menées tiennent bien sûr compte de tous les aspects (exploitation, entretien, fiscalité associée...).

M.N.

souvent la même journée, contrairement aux lignes commerciales ordinaires. “On évite donc les frais d'hôtels, de restaurants. Des coûts non négligeables lorsqu'on voyage en nombre.” Dans ces conditions, pas étonnant que les patrons de PME rejoignent leurs homologues des grandes entreprises à bord des jets. “Pour eux, c'est clai-

des sentiers battus en créant L'Avion, première compagnie aérienne française 100 % classe affaires. En mettant à disposition un Boeing 757-200 particulièrement confortable, à 90 sièges au lieu de 220 dans sa configuration habituelle, la société espère attirer de nombreux cadres et dirigeants sur ses vols quotidiens Paris-New

“Les patrons de PME de 20 à 30 M€ de chiffre d'affaires utilisent de plus en plus les jets. Ce ne sont plus du tout des cas marginaux”

rement un outil de productivité qui n'a que des répercussions positives sur leurs affaires”, affirme Laurent Buisson. Nombre de dirigeants d'entreprises de taille moyenne, de 20 à 30 M d'€ de chiffre d'affaires, ont pesé le pour et le contre sur leur rentabilité et leur image. Ils ne sont désormais plus rares sur le tarmac des aérodromes.

Une multitude de solutions

Dans les esprits, “jet privé” rime encore avec “privilège inutile” et “millions gaspillés”. “Les dirigeants eux-mêmes ignorent parfois à quel point l'avion d'affaires est aujourd'hui loin de cette image dégradante, et ne se rendent pas toujours compte qu'il peut au contraire engendrer des économies substantielles”, regrette Carine Jacobs. Les clients peuvent choisir entre une multitude d'options qui s'offrent à eux. Le premier critère pour déterminer la formule adaptée à leurs besoins reste le nombre d'heures de vol par an.

Les entreprises qui volent plus de 50 heures par an sont souvent intéressées par le fait de posséder, dans le cadre de la multipropriété, un 1/16^{ème} d'avion ou plus

L'avion-taxi se présente comme la solution retenue par les entreprises utilisant très ponctuellement l'avion d'affaires (moins de 25 heures par an). Il suffit de s'adresser à une compagnie ou un à courtier qui effectue toutes les démarches nécessaires. D'autres clients optent pour le siège à la demande, un nouveau concept lancé par DayJet, qui a commandé 1 400 des 2 600 VLJ produits par le constructeur Eclipse. Les appareils décollent au fur et à mesure que les sièges se remplissent. Les tarifs sont inversement proportionnels au remplissage, proches de celui d'un billet en classe affaires. Air Cannes, qui a reçu son premier appareil Eclipse en 2008, a choisi de proposer cette formule. La multipropriété affiche également des avantages intéressants. Les entreprises qui volent plus de 50 heures par an sont souvent intéressées par le fait de posséder un 1/16^{ème} d'avion ou plus. Le coût varie de 250 000 € à 1,2 M d'€ selon la taille de l'appareil. Par heure de vol, les frais représentent de 4 500 € à 8 000 €.

Constructeurs et compagnies à l'écoute

Devant la demande grandissante, les fabricants d'avions de ligne déclinent leurs appareils en version “Corporate”, parfois en donnant carte blanche aux designers pour aménager les vastes espaces disponibles. Airbus intègre une offre business renouvelée à l'ensemble de sa gamme, du petit A318 au géant A380, et applique la même stratégie à ses nouveaux modèles comme l'A350 XWB. Le Brésilien Embraer avait d'abord proposé des versions “affaires” de ses jets régionaux, avant de créer une gamme originale réservée à la clientèle business. Premier constructeur mondial d'hélicoptères, Eurocopter surfe également sur la bonne santé de l'aviation d'affaires. En 2007, ses ventes de machines civiles ont progressé de 34 %, plaçant la filiale d'EADS en tête de la catégorie des appareils personnalisés.

Dans le souci de se démarquer pour mieux attirer la nouvelle clientèle, certaines compagnies optent pour des positions stratégiques plus originales. L'entreprise Elysair est sortie

York. Le prix, toujours compris entre 1 000 et 1 600 € pour un aller-retour, est bien inférieur aux tarifs ordinaires des classes business. En janvier 2008, un an après son lancement, Elysair a annoncé un doublement de ses vols quotidiens, au moins 2 jours par semaine. Flowair, l'une des cinq compagnies basées à Bron, s'est elle aussi lancée dans le low-cost aérien pour hommes d'affaires, en facturant l'heure de vol autour de 2 000 €. Et même 650 € pour l'entrée de gamme ! Le chiffre d'affaires de la société est exponentiel. En 2007, l'aéroport de Bron a enregistré un bond de croissance de 14,4 %, confirmant sa bonne santé de l'année précédente (+ 18,8%) et sa troisième place aéroportuaire française derrière Le Bourget et Cannes. Les efforts de prix et d'originalité semblent donc porter leurs fruits. “Certaines compagnies aériennes souffrent. C'est sans doute le moment de revoir l'offre pour proposer de nouvelles choses”, estime Samuel Bucciacchio, re-

marquant que les tarifs business des grandes compagnies ont chuté de 25 % entre 2008 et 2009. Mais avec la course au prix le plus bas, “attention à ne pas faire baisser la qualité des services”, insiste-t-il. “Fournir le confort nécessaire et écouter au maximum la durée des déplacements sont deux critères indispensables pour espérer fidéliser un client haut de gamme. Si le niveau des prestations est revu à la baisse, celui-ci s'en souviendra.” ■

CHIFFRES CLES

Les revenus de ce segment ont augmenté en moyenne de plus de **95 %** entre 2001 et 2007.

Même les 10 sociétés les moins performantes du domaine affichent une hausse de **22 %** du chiffre d'affaires sur les 5 dernières années.

Aux Etats-Unis, près de **80 %** des grandes entreprises cotées possèdent un avion. En France, seulement **25 %** des sociétés du CAC 40 en sont équipées.

On dénombre **23 000 avions** d'affaires à travers le monde. **72 %** d'entre eux se trouvent aux Etats-Unis.

Plus de **30 %** des commandes de jets sont aujourd'hui passées par des sociétés qui ne possédaient pas d'avion.

Le modèle “very light jet” (VLJ) est vendu entre **2 et 5 M€**, alors qu'environ **20 M€** sont nécessaires pour un jet traditionnel.

Selon les prévisions, **13 000 avions** devraient être construits dans les dix prochaines années pour une valeur dépassant **200 Mds \$**.

Un avion sur **5** a plus de **20 ans** alors que la durée vie moyenne d'un appareil est inférieure à **30 ans**.

Sur la base de **8 passagers**, le coût d'un déplacement d'affaires Paris-Milan en jet coûte **930 €** par personne, contre **1 250 euros** si l'entreprise utilise une ligne régulière Air France Business.

Le prix d'un Paris-Genève est de **730 €** par personne dans les mêmes conditions, alors qu'il atteint **860 €** avec Air France Business.

M.N.