

# Portes d'entrée dans un pays, les aéroports jouent un rôle crucial dans l'accueil des touristes

Par Augustin de ROMANET

Président-directeur général d'Aéroports de Paris

Les aéroports jouent un rôle de premier plan dans la stratégie élaborée par la France pour reconquérir ses parts de marchés perdues dans le tourisme.

À l'instar d'autres acteurs de ce secteur, ils se doivent de contribuer à redorer l'image de marque de la France en jouant la carte de la qualité notamment au travers d'une plus grande présence humaine et d'une offre élargie de services personnalisés. Et ce, tout en améliorant leur compétitivité-prix pour pouvoir rester un facteur d'attraction pour les futurs visiteurs étrangers de notre pays.

« *Le tourisme représente une puissance morale, économique et financière de plus en plus grande dans la vie du monde. Les dépenses qu'ils ont faites excitent l'activité générale des pays de tourisme. On estime donc que 75 % des encaisses du tourisme retournent à la production nationale. Un économiste français, M. Meynial, a calculé que les touristes étrangers ont apporté en France au cours de ces dix dernières années 50 milliards [de francs en devises-or]. Ainsi s'explique, pour une part, l'encaisse-or - formidable et unique en Europe - de la Banque de France. [...] La France occupe le premier rang dans le monde pour le tourisme, avant le Canada. C'est même le tourisme qui constitue la principale cause d'enrichissement extérieur de notre pays* ».

C'est ainsi que s'exprimait - en 1932 ! - le géographe André Weiler dans un article (publié par les *Annales de Géographie*, tome 41, n°232, pages 402 à 405) intitulé « Le tourisme, facteur économique mondial ».

Il faut savoir laisser la plume à nos prédécesseurs quand ceux-ci ont avant nous vu quels sont les déterminants de la prospérité. Alors qu'aujourd'hui nous en sommes à critiquer une France-musée, nos intellectuels soulignaient déjà avant-guerre l'importance du tourisme pour l'économie française, offrant un vibrant plaidoyer en faveur de l'interdépendance entre les nations dans des années 1930 pourtant marquées par la tentation du protectionnisme.

Quatre-vingt-cinq plus tard, ces lignes n'ont pas pris une ride, si ce n'est que la France a perdu sa place de leader mondial en termes de recettes touristiques.

En France, le tourisme souffre en effet d'une image négative. Quand il n'est pas considéré comme une rente qui capitaliserait uniquement sur la richesse culturelle

de nos monuments ou sur l'attractivité de nos stations balnéaires et de sports d'hiver (en oubliant généralement de mentionner sa compétitivité tarifaire), il est abordé comme un marché mature, peu porteur et faiblement innovant, oubliant ainsi la dynamique de son impact sur une grande partie de l'économie.

Pour une véritable politique de reconquête, l'ensemble des acteurs de la filière se doivent d'être exemplaires, en premier lieu les aéroports, qui sont les portes d'entrée en France d'un grand nombre de visiteurs venant du monde entier.

Comme dans les autres secteurs économiques, les aéroports, dépouillés des habits du monopole, doivent faire face à des exigences croissantes d'attractivité tant en termes de qualité que de compétitivité-coût, et ce, dans un monde de plus en plus concurrentiel.

## Les aéroports, des acteurs importants du tourisme

Le tourisme moderne est étroitement lié à l'émergence d'une classe moyenne nombreuse, notamment en Asie et en Amérique latine. Selon les dernières statistiques de l'OCDE, la classe moyenne mondiale compte environ 2 milliards d'individus, dont 500 millions vivent en Asie. Or, en matière de développement économique des pays émergents, les dépenses consacrées au tourisme sont le troisième poste du budget des ménages après la couverture des besoins immédiats et l'acquisition de biens de consommation essentiels. La prédominance de la société de loisirs se retrouve d'ailleurs dans la répartition des recettes du tourisme : en effet, le tourisme d'affaires ne représente que 24 % du chiffre d'affaires mondial, laissant la part du lion au tourisme de loisirs (76 %).

Dans les décennies qui viennent, l'essor des classes moyennes va largement s'amplifier. La classe moyenne mondiale devrait dépasser les 3 milliards d'individus en 2020, pour atteindre les 5 milliards en 2030. À cet horizon, ce sont plus des deux tiers de la classe moyenne mondiale qui devraient vivre en Asie.

En 2012, les touristes chinois ont effectué 500 millions de voyages de plus d'un jour représentant 260 milliards de dollars de dépenses touristiques. En 2030, ils feront 1 700 millions de voyages représentant 1 800 milliards de dollars. Les touristes chinois représenteront en 2030 1 touriste sur 5 en Europe (contre 1 sur 14 aujourd'hui).

Dans ce contexte d'une croissance du nombre de touristes potentiels, provenant majoritairement des pays émergents, il est aisé de comprendre que leur venue dans les pays actuellement les plus visités (la France, les États-Unis, l'Espagne, la Chine, l'Italie, le Royaume-Uni et l'Allemagne), se fera par la voie aérienne.

Le marché global du transport aérien est en forte croissance. La hausse annuelle du trafic exprimé en kilomètres/passagers est attendue à plus de 4,7 % sur les années 2014-2033.

En termes de passagers internationaux, Paris, avec ses trois aéroports (Paris-Charles de Gaulle, Paris-Orly et Paris-Le Bourget), est aujourd'hui la seconde ville aéroportuaire mondiale, avec 77 millions de passagers internationaux en 2013 (derrière Londres et ses quatre plateformes aéroportuaires qu'ont fréquentées 112 millions de passagers internationaux, au titre de la même année).

L'industrie du tourisme est un secteur stratégique où la compétition entre États est féroce. Un emploi sur onze dans le monde (soit 266 millions d'emplois) est lié au tourisme. Certains États ont créé des compagnies aériennes nationales et des infrastructures aéroportuaires dans une optique de captation de flux touristiques au-delà de leur dotation en atouts naturels. Preuve de leur efficacité : la part du trafic entre l'Asie et l'Europe des trois aéroports du Golfe est de 56 millions aujourd'hui, contre 25 millions en 2008 (soit une croissance de +124 %), tandis que les quatre majors européennes (Paris, Londres, Francfort et Amsterdam) sont passées de 85 à 92 millions de passagers (soit une croissance de seulement +8 %).

Les aéroports, au même titre que les musées, les hôtels, les salles de spectacles ou les centres commerciaux, sont devenus des lieux d'hospitalité.

### Une montée en gamme synonyme de qualité...

La France a vu, dans la dernière décennie, le nombre de ses touristes étrangers (qui constituent plus de la moitié du marché mondial du tourisme) progresser huit fois moins vite qu'aux États-Unis, six fois moins vite qu'en Chine et deux fois moins rapidement qu'en Italie.

Même si les infrastructures aéroportuaires françaises obtiennent un satisfecit de la part des évaluateurs du *World Economic Forum*, qui les classent au 8<sup>ème</sup> rang mondial, nos aéroports doivent contribuer à l'amélioration de l'image de marque de notre pays au même titre

que tous les autres acteurs de la filière. Au cœur de cette reconquête est l'amélioration des infrastructures de tourisme. Dans une attitude offensive, nous devons jouer la carte de la montée en gamme. C'est dans cette course à la qualité que réside notre véritable salut. Les passagers, notamment les plus fidèles et les plus contributifs, ont des attentes de qualité toujours plus élevées du fait qu'ils fréquentent de nombreux autres aéroports dans le monde, notamment asiatiques, dont les niveaux de prestations sont en constante amélioration.

Cette montée en gamme de nos aéroports passe par un renforcement de la présence humaine. La demande de fluidité et de rapidité émanant des passagers les plus habitués au transport aérien ne doit pas masquer la question de l'anxiété qui est très forte pour une majorité de passagers occasionnels. Le transport aérien, parce que peu utilisé par une majorité des voyageurs, reste un univers étranger, et donc générateur de stress. Pour procurer au passager un sentiment de continuité sur l'ensemble de son parcours dans l'aéroport, celui-ci ne doit jamais avoir le sensation d'être perdu. Pour accroître la perception de la présence rassurante d'un personnel qualifié à l'intérieur des terminaux et participer ainsi à la réduction de l'anxiété, Aéroports de Paris a lancé un plan de recrutement pluriannuel de 120 chargés d'accueil, témoignant ainsi de la priorité qu'il accorde à l'offre d'un service humain de qualité. Chaque promotion de ces nouvelles recrues est reçue dans un palace parisien pour leur permettre de s'imprégner du niveau de service qui doit être offert aux clients passagers. En outre, l'ensemble des uniformes des agents a été harmonisé entre toutes les catégories de personnel en privilégiant une couleur bien visible et aisément reconnaissable.

Aéroports de Paris a décidé d'innover notamment à destination des passagers internationaux en fonction de leurs besoins. La personnalisation qui était autrefois réservée aux produits et services de luxe est devenue une exigence normale de l'industrie du tourisme.

Parce que l'arrivée dans un pays étranger dont vous ne maîtrisez pas la langue est toujours une expérience déroutante, une réflexion sur l'orientation et sur une signalétique multilingue a été entamée. L'aéroport Paris-Charles de Gaulle vient ainsi d'être certifié "Welcome Chinese" par la *China Tourism Academy*, l'équivalent du ministère du Tourisme en France. Nous venons d'installer tout au long du parcours emprunté par les passagers chinois à leur arrivée dans nos aéroports une signalétique à la fois visuelle et sonore en chinois mandarin. Celle-ci est déjà fort appréciée et représente un investissement devant nous permettre de devenir un acteur européen de référence dans l'accueil des touristes chinois. En parallèle, nous mettons en place, à l'aéroport Roissy-Charles de Gaulle, des écrans dynamiques souhaitant, dans leur langue natale, la bienvenue en France aux touristes étrangers.

À leur débarquement, dès la pré-passerelle, des silhouettes de Parisiens photographiés dans des situations de la vie courante s'adressent directement aux passagers

pour leur souhaiter la bienvenue en français, en anglais et dans la langue maternelle des passagers, en fonction de leur provenance, parmi la quarantaine de messages enregistrés.

Plusieurs de ces pré-passerelles vont être transformées en ponts parisiens afin de donner l'impression au voyageur d'être immergé dès son arrivée dans l'atmosphère de la capitale.

Sur la suite du parcours aéroportuaire des passagers, des messages seront diffusés en plusieurs langues délivrant des informations essentielles concernant l'heure, la météo locale, la localisation du tapis à bagages et le délai estimé de la remise de leurs bagages.

Toujours en nous mettant à la place des touristes étrangers, mais aussi des touristes « hexagonaux », nous avons décidé de répondre à une demande, toujours plus

Photo © ADP - Seignette, Lafontan



Le Hall M du terminal 2E de l'aéroport Paris-Charles-de-Gaulle.

Photo © ADP - Sylvain Cambon



Le Terminal 2E de l'aéroport Paris-Charles-de-Gaulle.

« Au niveau mondial, le hall M du terminal 2E de Paris-Charles de Gaulle est propulsé directement à la sixième place des meilleurs terminaux. »

forte, de connectivité. Alors que les frais de téléphonie mobile à l'étranger restent très élevés, voire dissuasifs, les passagers sont en attente de pouvoir communiquer avec leurs proches ou de se renseigner. Nous avons donc déployé dans l'ensemble des terminaux de Paris-Charles de Gaulle et de Paris-Orly une connexion Wifi gratuite et illimitée.

Fruit de ces efforts : en mars 2015, l'aéroport Paris-Charles de Gaulle a été distingué par l'organisme international Skytrax, après un vote auquel ont participé des passagers du monde entier, comme l'aéroport ayant enregistré la plus importante progression en matière de qualité de service et de satisfaction clients.

C'est également la toute première fois que l'aéroport entre dans le Top 5 des meilleurs aéroports mondiaux en matière de *shopping* et dans le Top 10 pour la qualité et la diversité de ses services. Enfin, au niveau mondial, le hall M du terminal 2E de l'aéroport Paris-Charles de Gaulle est propulsé directement à la sixième place des meilleurs terminaux.

Ces résultats confortent les progrès réalisés par l'aéroport depuis plusieurs mois. En termes de satisfaction globale, l'aéroport Paris-Charles de Gaulle a ainsi progressé deux fois plus vite que l'ensemble de ses concurrents entre 2010 et 2014. À la fin 2014, 90 % des passagers de l'aéroport Paris-Charles de Gaulle étaient satisfaits de leur passage. Aussi perfectibles que soient ces classements, Aéroports de Paris a choisi d'utiliser les mêmes outils de mesure que ses concurrents internationaux, et nous travaillons à la correction des problèmes vécus comme « insupportables » afin de réduire drastiquement le taux de non satisfaits. Parce que l'attention portée au client requiert des changements culturels, nous avons décidé de transférer le siège de notre entreprise sur la plateforme de Paris-Charles de Gaulle pour pouvoir partager au plus près l'expérience vécue par nos clients, et continuer ainsi à progresser.

Enfin, dans une vision responsable de son rôle de gestionnaire d'aéroports et d'acteur majeur de la politique touristique nationale, Aéroports de Paris a contribué à la relance du projet de liaison CDG Express en s'engageant à financer 50 % de l'infrastructure. Il s'agit d'un chantier de long terme, qui est indispensable pour assurer la viabilité de la plateforme de Paris-Charles de Gaulle à l'horizon des quinze ans, et donc notre capacité à accueillir des touristes internationaux dans les meilleures conditions. Le Charles-de-Gaulle Express, autrement dit la liaison entre la gare de l'Est et l'aéroport de Roissy assurée en 20 minutes, verra le jour en 2023, après plus de vingt ans d'échecs successifs.

### ... au meilleur prix, dans un contexte fortement concurrentiel

Néanmoins, cette montée en gamme ne peut faire abstraction du contexte concurrentiel : elle doit être abordée sous l'angle de la compétitivité-prix. La France a été pointée du doigt pour le coût élevé de ses services touristiques, le *World Economic Forum* classant notre pays au 140<sup>ème</sup> rang mondial sur ce critère, ce qui explique en

grande partie qu'il n'occupe que la 7<sup>ème</sup> place au palmarès mondial.

Pour Aéroports de Paris, cette compétitivité-coût signifie une optimisation accrue des infrastructures existantes pour pouvoir continuer à accueillir un nombre croissant de touristes dans les meilleures conditions, en lien avec les besoins des compagnies aériennes.

Pour illustrer concrètement cette stratégie qui a été proposée dans le cadre d'un Contrat de Régulation Économique couvrant la période 2016-2020, un bâtiment de jonction reliant les terminaux Sud et Ouest sera construit sur la plateforme de Paris-Orly permettant de créer un bâtiment unique permettant de mieux accueillir les passagers, pour un coût complet de 385 millions d'euros.

À Paris-Charles de Gaulle, les satellites du Terminal 1 seront réunifiés pour augmenter les capacités existantes sans avoir à bâtir un nouveau terminal. Un grand nombre d'investissements susceptibles d'améliorer la compétitivité des compagnies sont également prévus. Ils devraient permettre une automatisation accrue que ce soit dans les terminaux, avec des déposes-bagages automatiques, des systèmes d'embarquement automatiques, ou du côté pistes avec des mires de guidage, le tout permettant de gagner de précieuses minutes lors des rotations au sol.

Notre objectif est de rendre les trois plateformes parisiennes de Paris-Charles-de-Gaulle, de Paris-Orly et de Paris-Le Bourget les plus attractives possibles pour les compagnies aériennes : plus les routes d'accès aérien à notre pays seront nombreuses, et plus le nombre de touristes se rendant en France sera élevé.

Une nouvelle structure tarifaire a été proposée dans le cadre du prochain contrat de régulation économique pour attirer toujours plus de trafic en correspondance long-courrier et renforcer le *hub*. Dans cet objectif, Aéroports de Paris va réaliser un effort de productivité conséquent pour atteindre une baisse de 8 % du coût moyen par passager d'ici à 2020.

Cette exceptionnelle modération tarifaire permettant de préserver la compétitivité de nos plateformes aéroportuaires et d'assurer ainsi un flux dynamique de touristes sera rendue possible par une gestion rigoureuse de nos dépenses de fonctionnement et de nos investissements.

Parce qu'ils donnent une première impression du pays visité, les aéroports sont devenus des acteurs de premier plan de la filière touristique. Conscient de cette responsabilité, Aéroports de Paris entend jouer pleinement son rôle au service de notre industrie touristique, une filière indispensable à la prospérité de notre pays, en assurant une montée en gamme dans la qualité de ses prestations, et ce, tout en améliorant sa compétitivité-coût pour continuer d'être un facteur d'attraction pour les nombreux futurs visiteurs étrangers de notre pays.