

Faire voyager les passagers debout, ce vieux phantasme de certaines compagnies aériennes



Le dossier de La Libre Eco | Le projet de “sièges debout” dans les avions revient régulièrement à la Une de l’actualité. Mais les compagnies ont d’autres stratégies pour maximiser leurs profits.

L'un des aspects les plus visibles de la dégradation du confort dans les compagnies aériennes est la réduction d'espace pour les jambes des passagers. En un peu plus de trente ans, l'espace entre les sièges, dans les classes économiques, a ainsi été réduit d'une quinzaine de centimètres, passant de 90 cm à 75 cm en moyenne sur les vols moyen-courriers, avec certaines compagnies comme Wizz Air ou TAP qui limitent cet espace à 71 cm. Une situation d'autant plus paradoxale que la taille moyenne humaine était en progression ces dernières décennies. Le but est évidemment de faire rentrer davantage de passagers dans un avion et d'ainsi maximaliser les profits.

Recalé pour des motifs de sécurité

Mais jusqu'où aller ? Au début des années 2000, le constructeur Airbus avait imaginé des sièges debout pour ses avions. Un projet resté sans lendemain. Il y a 15 ans, Ryanair est toutefois revenu à la charge. Selon les Irlandais, faire voyager les passagers en position verticale permettait d'installer jusqu'à 40 % de places en plus dans un avion et ainsi proposer des billets à très bas prix. L'entreprise italienne Aviointeriors avait alors imaginé des sièges "debout". Mais le projet n'a jamais vu le jour, pour des motifs de sécurité. *"Les sièges des avions doivent pouvoir résister à une force de 16 G, rappelle Wouter Dewulf, professeur spécialisé dans le transport aérien à l'Université d'Anvers. Un avion doit aussi pouvoir être évacué en 90 secondes".*

Faire payer les toilettes ?

Mise au placard, cette idée de sièges debout est revenue massivement sur les réseaux sociaux et sur certains sites il y a quelques mois, d'aucuns affirmant que Ryanair allait les proposer dans ses avions dès cette année. Il n'en est rien, comme nous l'a confirmé Michael O'Leary, le patron de la compagnie irlandaise qui était de passage mercredi à Bruxelles. *"Ce sont des idées vieilles de 20 ans..."* sourit ce dernier.

Selon M. O'Leary, les nouveaux Boeing 737 Max de Ryanair lui permettent déjà d'embarquer davantage de passagers qu'auparavant, tout en réduisant la consommation de carburant de 20 % par rapport aux anciens avions. *"Cela nous donne un avantage considérable par rapport à nos concurrents, s'enorgueillit l'Irlandais qui confirme aussi que ses projets de faire payer les toilettes à bord ou de ne mettre qu'un seul pilote dans les avions ne sont plus à l'ordre du jour.*

Peu de billets au même prix

Notons que les compagnies ont adopté d'autres stratégies pour remplir au maximum leurs avions. Parmi celles-ci, les pratiques de "surréservation" sujettes à polémiques : une compagnie vend davantage de billets que de places dans son avion en misant sur le fait que des passagers ne se présenteront pas à la porte d'embarquement. Le "yield management", apparu aux États-Unis dans les années 1980, est aussi devenu la norme. Le constat est le suivant : un siège non vendu au moment du décollage est définitivement perdu.

Il faut donc attirer un maximum de passagers, tout en ne bradant pas le prix de (tous) ses billets. Grâce à des algorithmes de plus en plus sophistiqués, les compagnies adaptent ainsi en permanence le prix des billets en fonction de la date d'achat, de la disponibilité des sièges, de la concurrence, voire de votre profil... Bref, il est devenu de moins en moins probable que votre voisin de vol ait payé son billet au même prix que vous.

Raphaël Meulders