

Dossier Air-France/KLM



Introduction

Transport de passagers : En 2004, 1^{er} groupe Européen avec 25,5% de parts de marché et 1^{er} groupe mondial en terme de chiffre d'affaires.

Transport de fret : 1^{er} groupe mondial hors intégrateurs (Fedex et UPS)

La maintenance et l'entretien des avions : 1^{er} opérateur mondial.

Chiffre d'affaires en 2009 : 24 milliards d'euros pour 1 milliard de bénéfices

Flotte : 635 appareils



Analyse PESTEL

**Point de vue
politique**

**Point de vue
économique**

**Point de vue
social**

**Point de vue
technologique**

**Point de vue
environnemental**

**Point de vue
légal**



Analyse PESTEL

**Point de vue
politique**



**Terrorisme : attentats du
11 septembre 2001**

**Fiscalité importante de la France
par rapport aux autres pays.**



Analyse PESTEL

Prix du pétrole: force très influente

Crise cyclique tous les 10 ans dans le transport aérien

Point de vue économique



Analyse PESTEL

**Point de vue
social**



**Syndicats importants =>
pression sur l'entreprise**

**Augmentation de
la clientèle due aux
changements
sociaux**

**Nuisances
sonores**



Analyse PESTEL

**Progrès technologique
rapide =>
Taux d'obsolescence élevé**



Analyse PESTEL

**Respect d'un certain taux
de CO2 +
Vague écologique
déferlante**

Taxe Chirac



**Point de vue
environnemental**



Analyse PESTEL

**Passage du secteur public
au secteur privé**

**Normes de sécurité à
respecter**

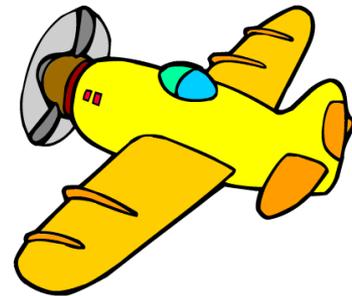
**Point de vue
légal**



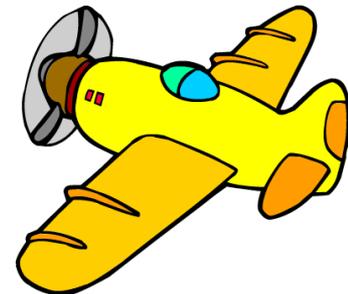
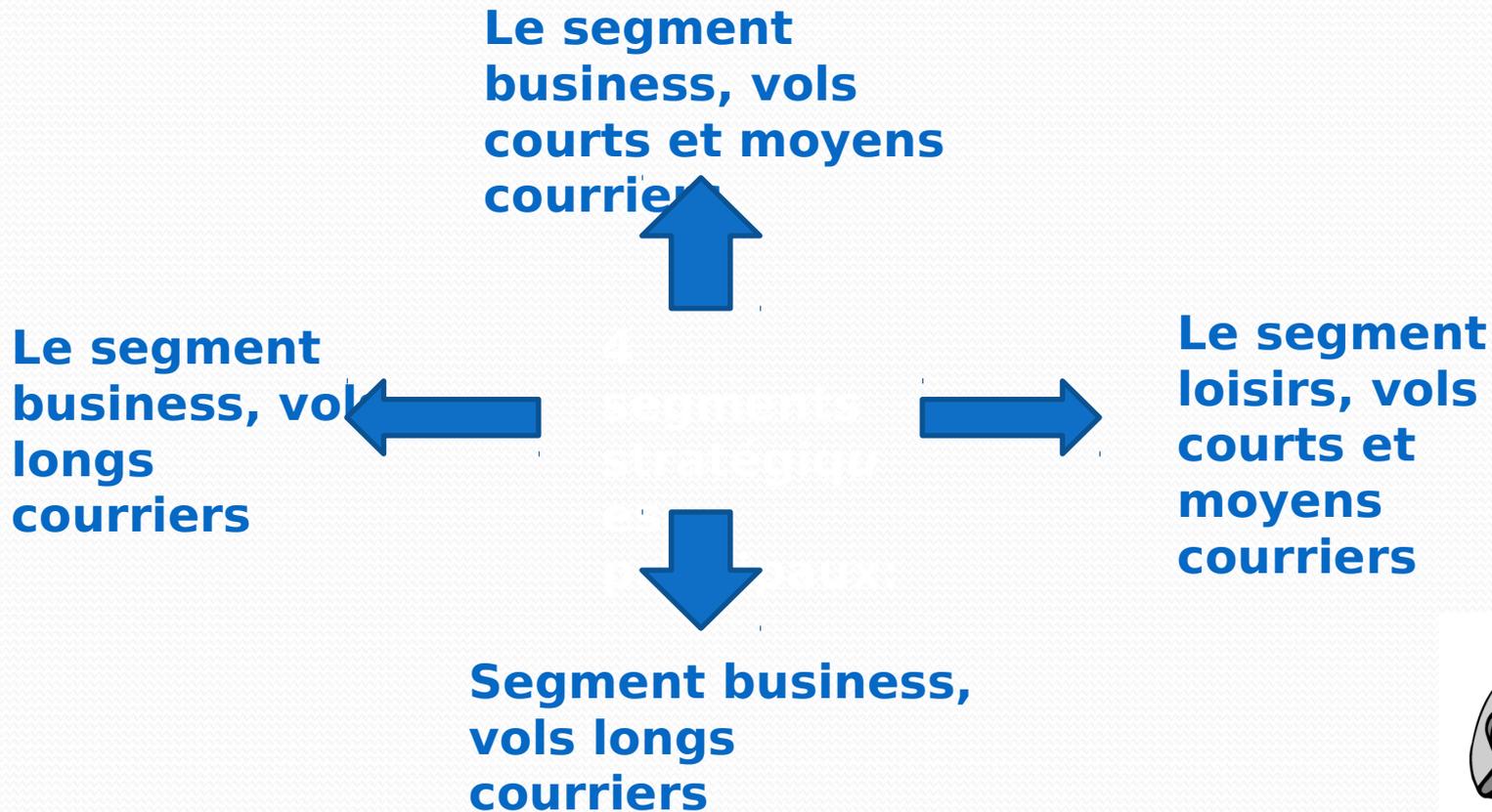
I) Analyse externe de l'entreprise

1) SEGMENTATION DE L'ENTREPRISE

2) ANALYSE DE LA CONCURRENCE SELON PORTER



Segmentation de l'industrie



Segmentation de l'industrie

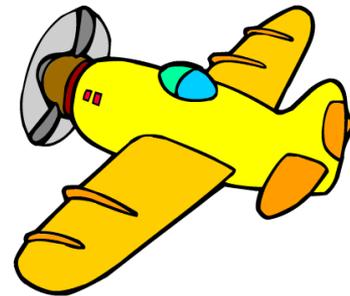
QUESTIONS SUR UNE COMPAGNIE LOW-COST

Objectif : réduire au maximum les coûts d'exploitation et de gestion

Stratégie : proposer des tarifs 2 à 3 fois inférieurs

Constitution : Création d'une demande supplémentaire (la clientèle affaires)

Reactions des concurrents : Création de filiales low-cost

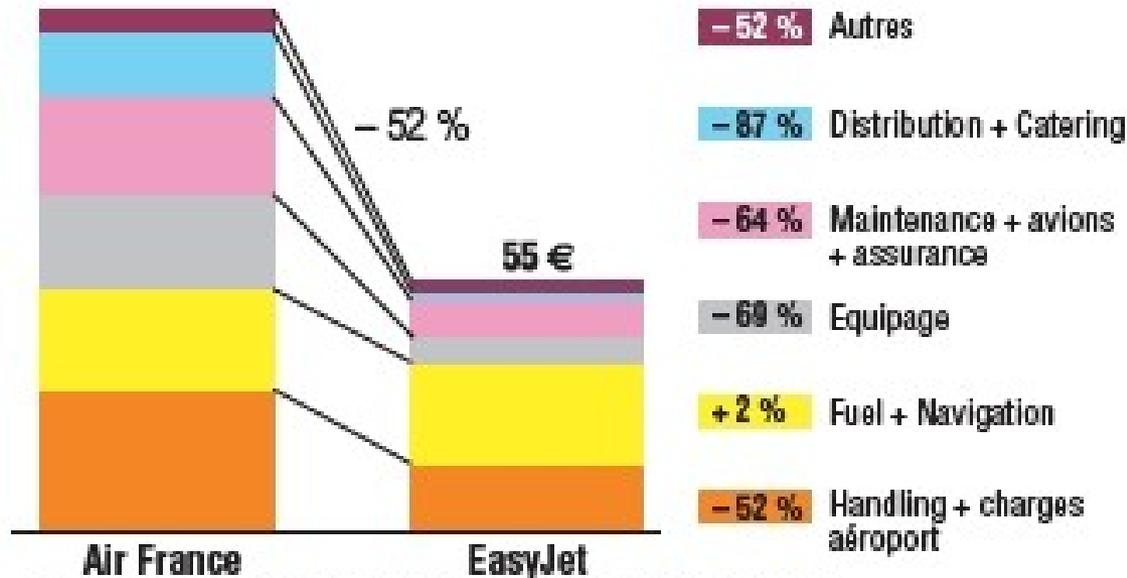


Segmentation de l'industrie

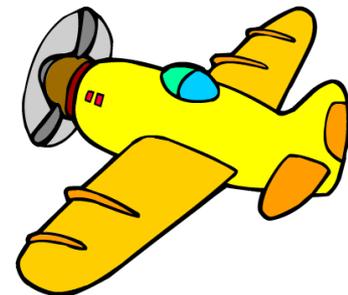
Des coûts supérieurs de 52 % à ceux d'EasyJet

Coût au siège, en euros (moyen courrier)

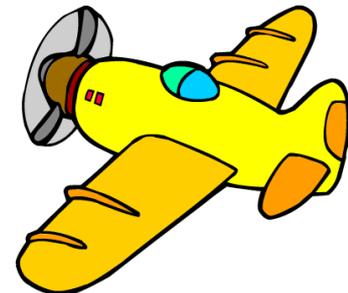
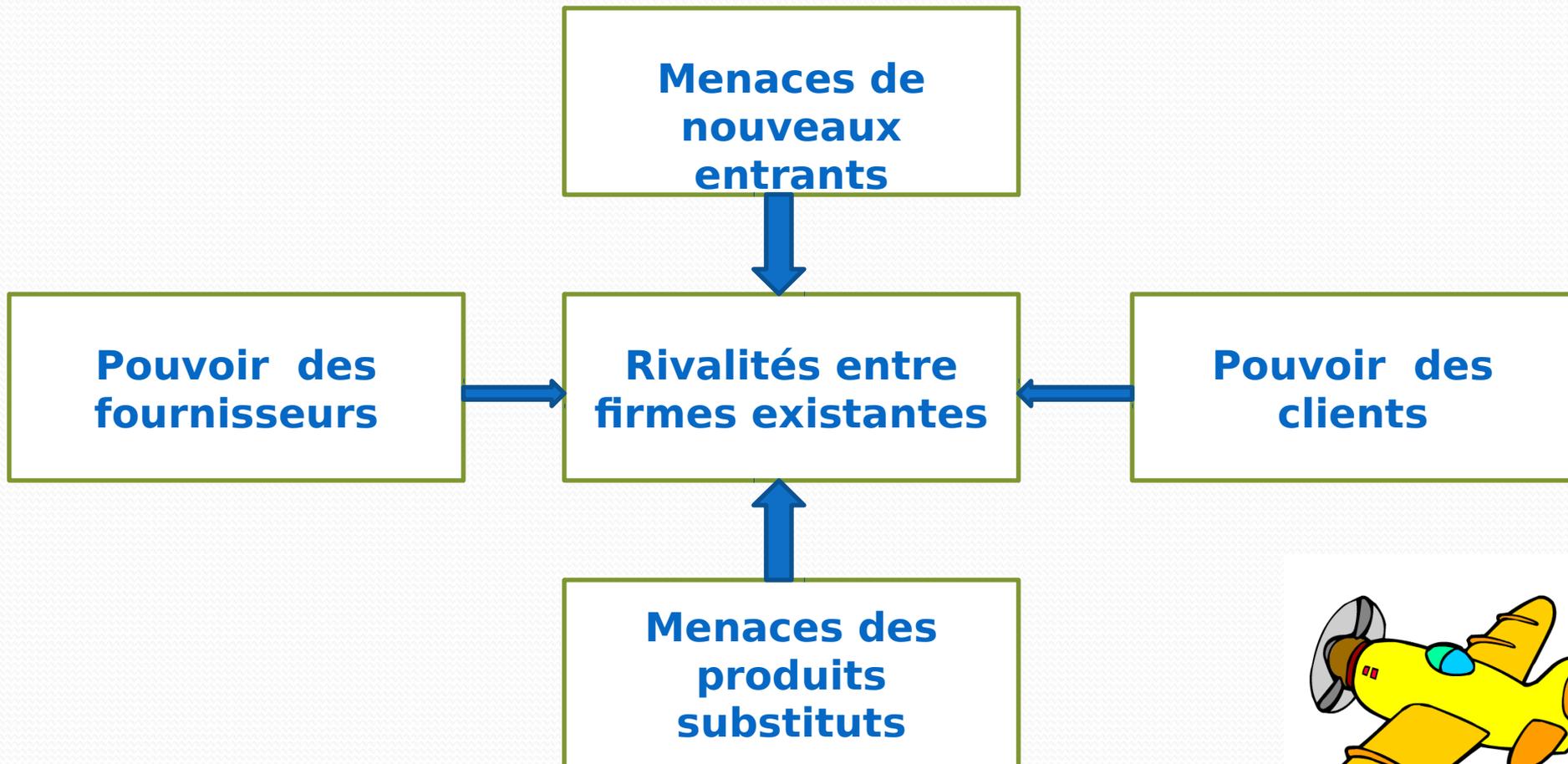
114 €



« Les Echos » / Source : ARA 2008, EUR, U2 2008 rapport annuel



Analyse de la concurrence de Porter



Analyse de la concurrence de Porter

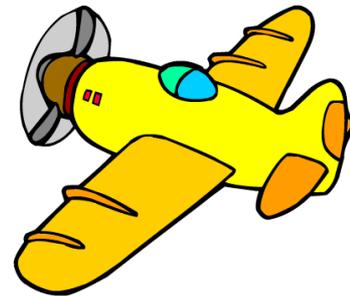
**Fournisseurs de kérosène :
pouvoir fort**

**Pouvoir des
fournisseurs**



**Constructeurs d'avions :
pouvoir faible**

**Fournisseurs de services:
Filiale d'Air-France/KLM =>
Servair**



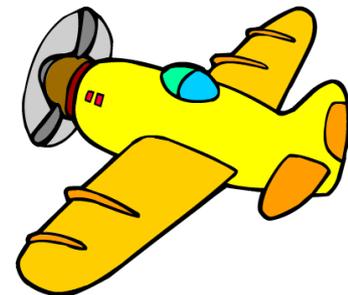
Analyse de la concurrence de Porter

Clients nombreux et diversifiés => peu de pouvoir

Demande plus élastique pour les vols courts et moyens courriers

Inquiétude grandissante sur le segment business, courts et moyens courriers.

Pouvoir des clients



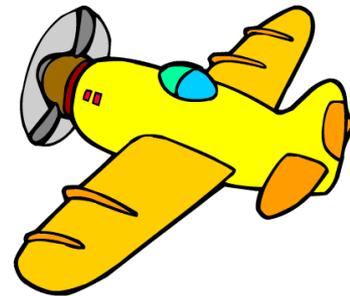
Analyse de la concurrence de Porter

TGV : Pression sur le marché domestique (prix plus faibles, gares en centre ville, pas de temps d'attente avant l'embarquement)

Bateaux : Concurrence pour les voyages de loisirs (profiter du paysages, rencontres...)

Voitures : (pas de limitation de bagages, voyage de groupes, pas de prévisions)

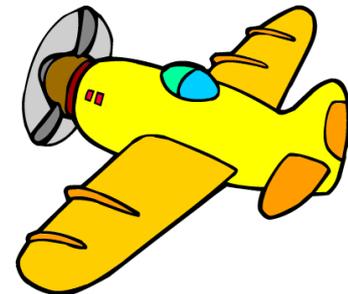
**Menaces des
produits
substitut**



Analyse de la concurrence de Porter

Comparateur de tarifs pour un aller simple
Marseille/Paris

	Temps de trajet	Prix	Prix/minute
Train	195 minutes	63,45€	0,32€
Voiture	450 minutes	134,64€	0,29€
Avion	80 minutes	214,53€	2,68€



Analyse de la concurrence de Porter

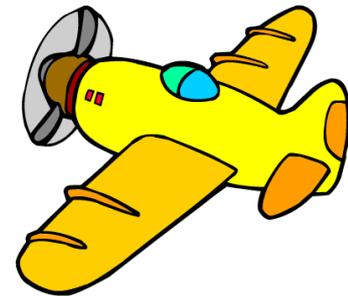
**Menace de
nouveaux
entrants**



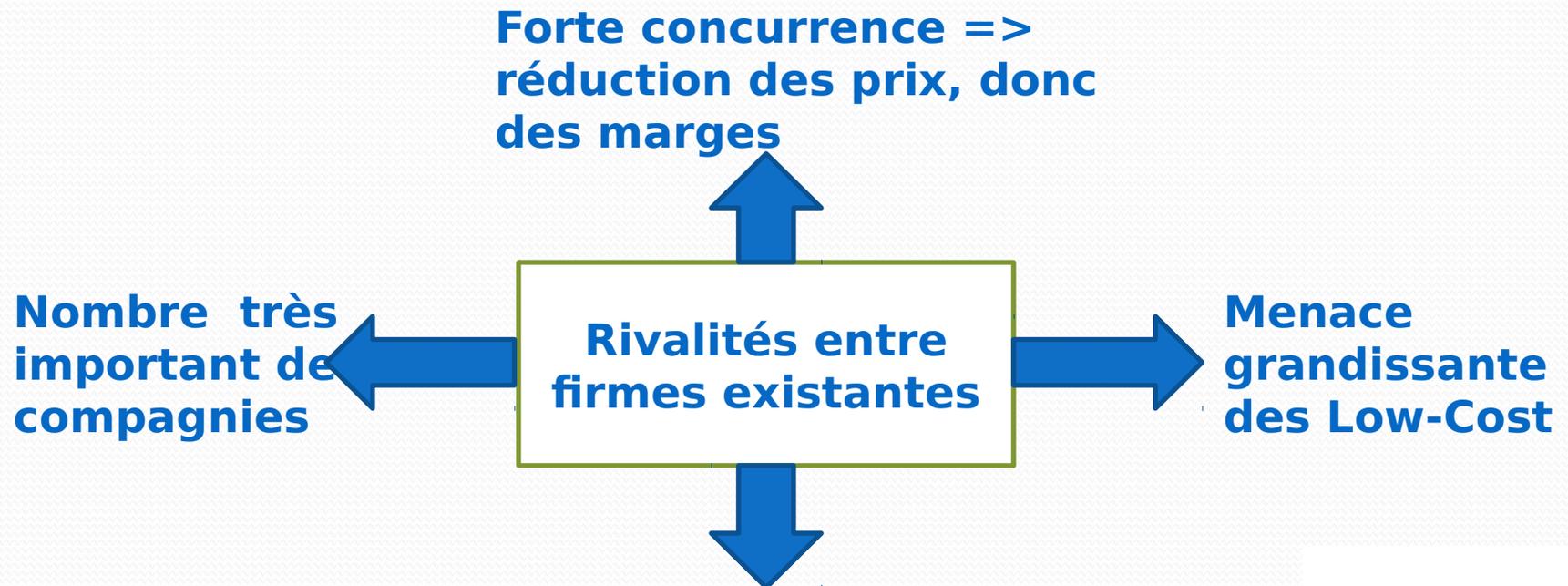
Menace faible:

Marché saturé

**Investissements
lourds**

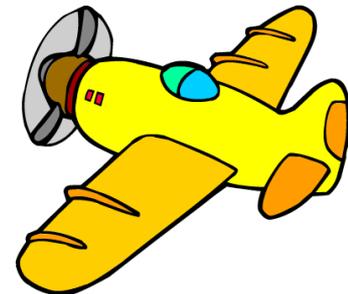


Analyse de la concurrence de Porter



**Réaction des compagnies :
création d'alliances => baisse des prix.**

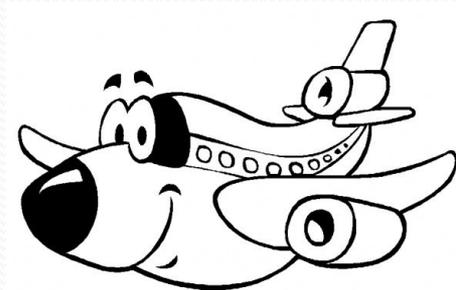
**A long terme : resserrement du
marché et diminution du nombre
de compagnies**



II) Analyse interne de l'entreprise

1) Activité principale d'Air-France/klm

2) Constitution de la chaîne de valeurs

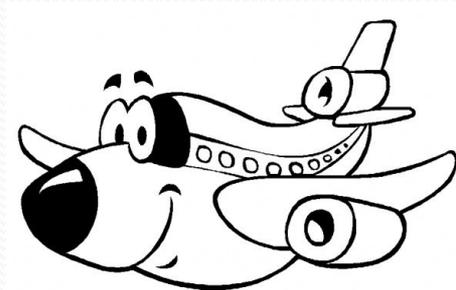


Activité principale: le transport aérien

Avantages principaux

2 hubs intercontinentaux puissants: parmi les 4 plus importantes en Europe

Fort potentiel de développement de ces Hubs + quasi saturation des plateformes concurrentes => Air-France/KLM propose un important trafic de correspondance.

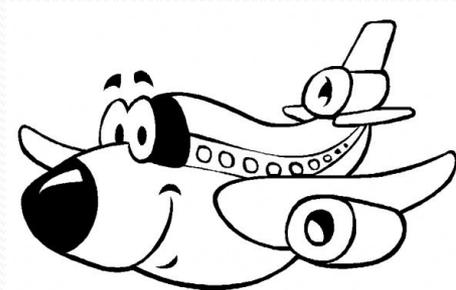


Activité principale: le transport aérien

Objectifs

Mission de la Joint Cargo Team : Faire d'Air-France/KLM Cargo, le numéro 1 mondial du fret

Principe fondateur : « un seul interlocuteur pour le client » = un contact, un contrat, un réseau unique

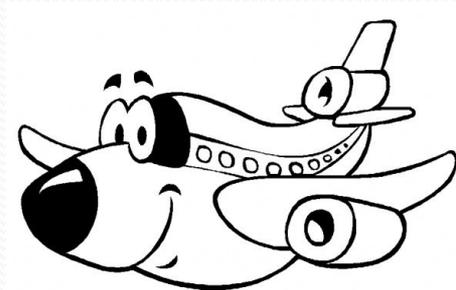


Activité principale: le transport aérien

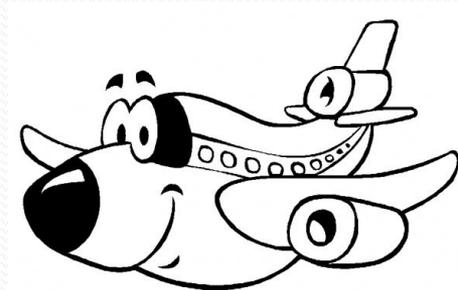
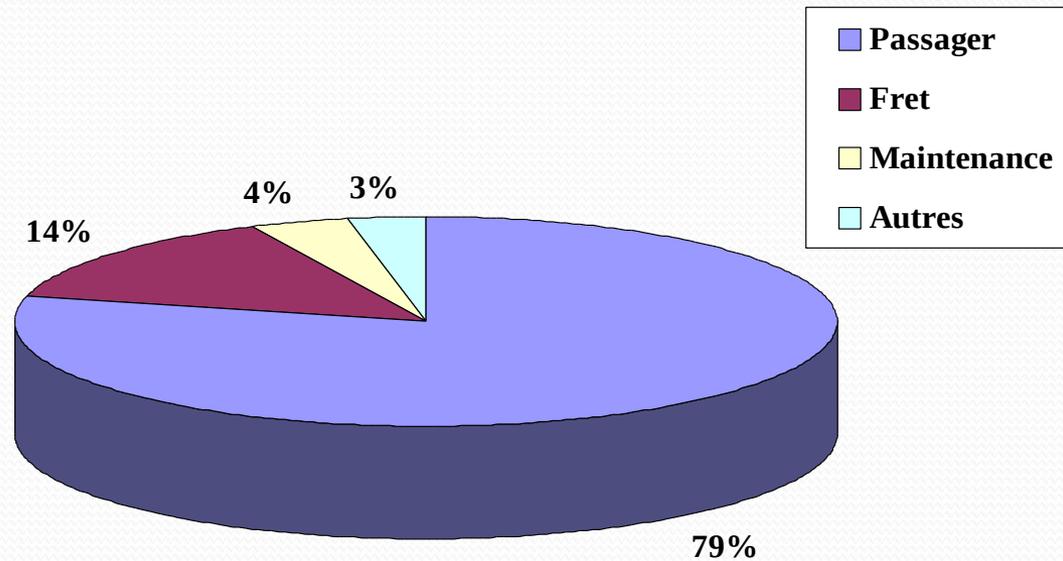
**Suite à la fusion de KLM et d'Air-France,
élargissement de la palette de produits grâce
à :**

**Complémentarité
é en termes de
type d'avions et
de capacité de
production**

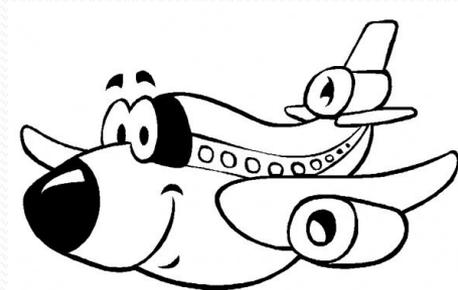
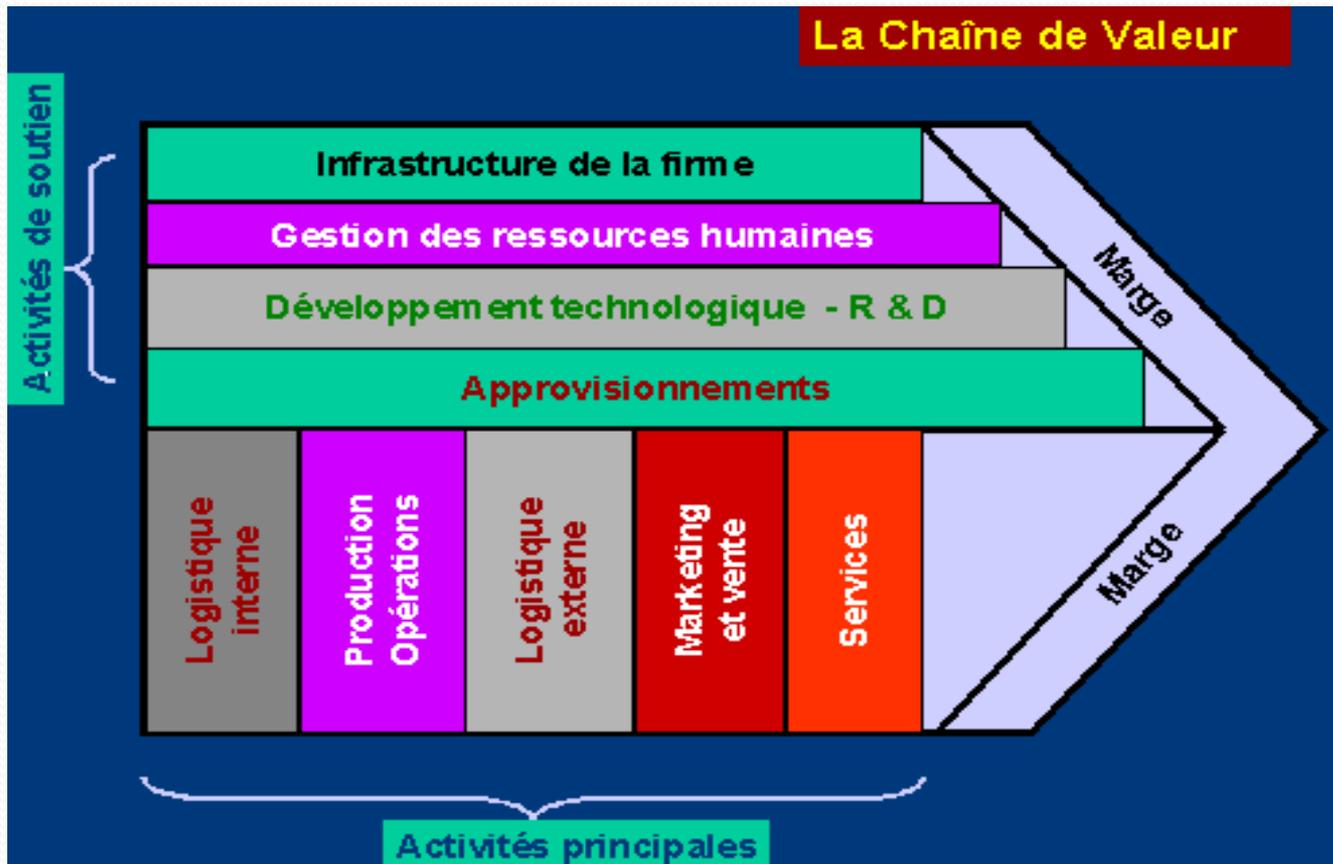
**Complémentarité
des activités de
maintenance d'Air-
France et celle de
la division
Engineering et
Maintenance de
KLM**



Activité principale: le transport aérien



Constitution de la chaîne de valeurs



Constitution de la chaîne de valeurs

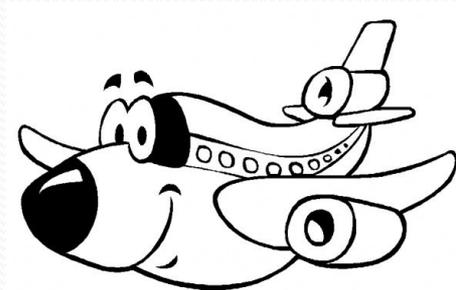
Les infrastructures de l'entreprise

Siège situé à Tremblay

Flotte: 163 avions longs courriers, 197 avions moyens courriers, 216 avions régionaux, 9 avions cargos et 50 autres flottes.

Base de données: fichiers clients

Système informatique sous-traité



Constitution de la chaîne de valeurs

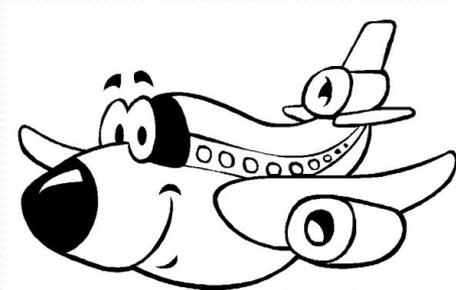
La gestion des ressources humaines

**Syndicats puissants => salaires élevés + respect du droit
du travail**

**Engagement sur la voie du e-recrutement avec la
mise en place de e-TIC**

**Service Sélection et recrutement renouvelle
sa certification ISO 9001**

**Formation sous-traitée avec Air-France
consulting**



Constitution de la chaîne de valeurs

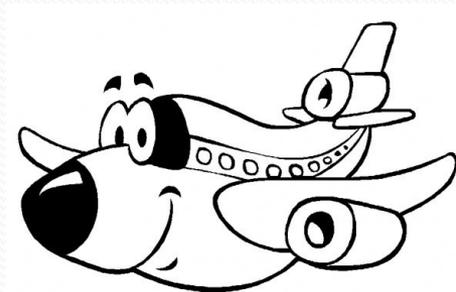
Le développement technologique et le R&D

Assurée par les constructeurs

Approvisionnement

Regroupement de deux compagnies aériennes repose sur des synergies s'opérant de plusieurs façons:

- **Achats en commun**
- **Rationalisation des structures et des moyens**
- **Une complémentarité dans les vols**



Constitution de la chaîne de valeurs

Avant l'arrivée

Réception des avions + inspection pendant la livraison = Delivery center

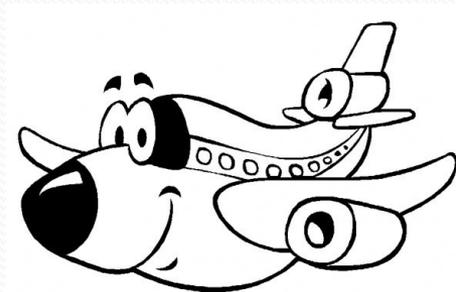
Maintenance + nettoyage = Servair

Tracktage : services de l'aéroport

Après l'arrivée

Enregistrement des valises: Entreprises de service de comptoir

**Compagnies aériennes:
enregistrement des avions, des passagers...**



Constitution de la chaîne de valeurs

Commercialisation et ventes

2005 : programme de fidélisation commun = Flying blue

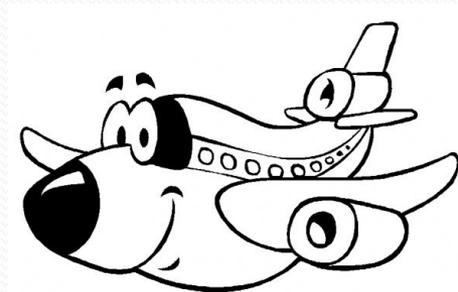
Yield-Management

Services

Distribution des repas et nettoyage de l'avion: Servair

Logistique et maintenance

**Distribution des bagages =
Compagnies des pays récepteurs**



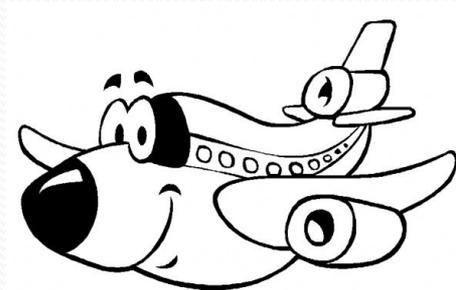
Constitution de la chaine de valeurs

Air France consulting

Filiale à 100% d'Air-France

Domaines de compétences:

- Management
- Commercial
- Maintenance
- Opérations
- Formation
- Finance et système d'informations



Conclusion

Forces influentes: réglementation pour la sécurité et l'environnement + pression des coûts + forte concurrence des firmes existantes + renforcement des Low-cost

Réactions: sous-traitance, mise en place de filiales, alliances...

Plusieurs axes à considérer: taux de remplissage des avions, développer des réseaux de partenaires, grande entreprise, fidélisation et satisfaction de la clientèle

Investissement souhaité plutôt pour leur filiale Low-cost



