



A TOUT PNC HOP ! #119



www.unac.asso.fr

6 juin 2017



L'ESSENTIEL DU CGF

1er juin 2017 à CDG

✈ PROJET BOOST

Dès cet automne, BOOST rodera son exploitation avec 6 A320 et 100 PNC sur des lignes MC (moyen courrier) à CDG dont la liste est encore tenue secrète.

BOOST ciblera prioritairement la clientèle des « millenials ». Sous ce terme branché se cache la classe d'âge des 18-35 ans né entre 1980 et 2000, la « génération EASYJET » qu'AIR FRANCE ne parvient à pas capter comme elle le souhaiterait : elle représente seulement 22% de sa clientèle totale.

Tout en conservant paradoxalement la grille tarifaire d'AIR FRANCE, l'ADN de BOOST c'est avant tout véhiculer une nouvelle image branchée pour séduire les « millenials » : connectée, agile, « low-fare » sans être « low cost », authentique, eco-responsable et... éthique ! rien que ça...

Les PNC d'AIR FRANCE considère BOOST comme le cheval de Troie du dumping social. Avec 40% de productivité PNC en plus et des salaires planchers, ils craignent à terme une externalisation rampante de l'emploi PNC. A ne pas en douter ils doivent mesurer la portée « éthique » du projet...

Au delà du discours marketing, la génération « millenials » coincée entre les générations « X » et « Z », renvoie souvent à une jeunesse qui a subi tous les effets de la crise (stages, chômage de masse, contrats précaires, salaires moins-disant, etc.) et qui n'a souvent pas les moyens de voyager sur des compagnies traditionnelles.

Ou quand le « low cost » devient « générationnel » et finit par devenir l'alpha et l'omega d'une société.

Dès l'été 2018, le nombre d'A320 passera à 11 appareils, tandis que l'exploitation long-courrier débutera avec l'avion de transition : A340. 4 A340 AIR FRANCE seront cédés au prix du marché à BOOST avant que l'A340 ne laisse progressivement la place à l'avion cible : A350

En 2020 c'est donc 18 A320/21 et 10 A350 grésés au total avec 1000 PNC qui seront exploités par BOOST. Soit plus que l'effectif PNC actuel de HOP qui comptabilise 870 PNC...

L'ACMI (Aircraft/Crew/Maintenance/Insurance) BOOST générera 130 M€ d'économie de coûts par an, comparativement à un ACMI au tarif AIR FRANCE selon la Direction.

En effet BOOST aura son propre CTA, sera affrété par sa maison mère à des coûts fixés par elle, et volera sous code AF... Les recettes des vols iront dans les caisses d'AIR FRANCE et serviront parallèlement à payer l'ACMI à BOOST. Tout ceci ne vous rappelle-t-il pas quelqu'un ??

L'expert SECAFI du CE AIR FRANCE estime le gain sur les coûts à seulement 30 M€ par an...

Une structure managériale ramenée à sa plus simple expression avec une vingtaine de cadres et assistants (opérations, informatique & communication, RH, marketing) gèrera la nouvelle structure avec l'aide de ressources fournis en interne par AIR FRANCE (programme, pricing & revenue management, vente, etc).

BOOST se veut un laboratoire d'innovation pour AIR FRANCE ; Au delà de la de la restauration payante à bord et du nettoyage de la cabine qui incomberont dorénavant aux PNC BOOST, la Direction d'AIR FRANCE semble ne pas se refuser la possibilité de faire jouer un rôle élargi au PNC... jusque dans l'aérogare sur LC... Quatre bras, mais... pas de chocolat !

BOOST a pour ambition de générer 10% de croissance sur le LC à la fois par le biais des lignes déficitaires sauvées par BOOST, par celles que BOOST ouvrira là où AIR France n'avait jamais osé s'aventurer, mais aussi par l'induction de trafic générée sur le réseau « traditionnel » des correspondances d'AIR FRANCE, élargissant au passage la cible « millenials » à la cible « affaire » et « VFR »... Tiens, tiens, ne touche-t-on pas là au cœur de cible de HOP ?