

Les Echos

June 17, 2022

Supplément bagages, choix du siège: comment le Covid a dopé les options payantes des compagnies aériennes

Extra baggage, choice of seat: how Covid has boosted the a la carte options of airlines

By Bruno Trévidic

This article is based upon a report issued by IdeaWorksCompany.

Les options payantes à bord des vols moyen-courriers avaient déjà le vent en poupe avant le Covid. Mais à l'instar d'autres tendances préexistantes, la crise sanitaire a fortement accéléré leur développement.

Au point que cette source annexe de recettes, issues de services complémentaires comme par les bagages payants, le choix du siège ou l'embarquement prioritaire, est parfois devenue la source principale de revenus chez certaines compagnies low cost aériennes. Devant la vente de vols secs.

Wizz Air, champion des suppléments

L'exemple le plus spectaculaire est celui de Wizz Air. La compagnie bon marché hongroise, qui se revendique elle-même « ultra-low cost », a généré 56 % du chiffre d'affaires de son exercice 2021-2022, clos au 31 mars, grâce à ses options payantes. Elles lui ont rapporté au total 931,4 millions d'euros sur un an, contre 732,1 millions pour les billets d'avion proprement dits. Il y a deux ans, avant la crise, ces recettes annexes ne représentaient encore que 45 % du chiffre d'affaires de Wizz Air.

Chez Ryanair, autre champion des suppléments tarifaires, ces recettes complémentaires ont presque fait jeu égal avec la vente de billets sur le même exercice 2021-2022. En moyenne, chaque passager de la première low cost européenne a déboursé 27 euros pour son vol et 23 euros supplémentaires dans des options payantes. Soit 44 % du chiffre d'affaires des compagnies du groupe, contre 36,7 % avant la crise.

Des recettes qui n'ont plus rien d'accessoire

Quant à sa rivale easyJet, dont le modèle économique a toujours été plus proche de celui des compagnies traditionnelles, la part des options dans ses recettes est passée de 21 % en 2019 à 30 % au premier semestre de son exercice 2021-2022. Soit 15 euros de suppléments pour 35 euros de billet en moyenne.

Trois exemples qui n'ont rien de cas isolés. En 2021 déjà, le rapport annuel CarTrawler/IdeaWorksCompany, consacré aux recettes annexes du transport aérien, avait identifié quatre compagnies low cost dont plus de 50 % du chiffre d'affaires était désormais constitué par ce qui était autrefois l'accessoire (l'européenne Wizz Air, les américaines Spirit et Allegiant et la mexicaine Viva Aerobus) et neuf au-delà des 30 %. En moyenne, la part des recettes annexes est passée de 12,2 % à 14,4 % du chiffre d'affaires des compagnies aériennes, tous secteurs confondus, selon CarTrawler/IdeaWorks - soit 65,8 milliards de dollars en 2021.

Une évolution des comportements

Ce poids croissant des recettes annexes s'explique en partie par la baisse du prix moyen des vols. Pour faire revenir leurs clients, les compagnies européennes ont très clairement baissé leurs prix d'appel... Mais pas celui des prestations complémentaires, dont l'importance a donc grossi.

Contrairement aux prix des billets d'avion, qui sont aisément comparables sur Internet, le coût des bagages enregistrés ou des prestations à bord ne suscitent pas la même attention de la part des clients, ni le même niveau de concurrence entre compagnies.

Mais d'autres facteurs comportementaux ont aussi contribué à faire grossir la manne des options payantes. Selon Ryanair, les passagers sont de plus en plus nombreux à vouloir choisir leur siège à l'avance, afin de voyager en famille ou en couple. Une préoccupation qui pourrait être liée au souci de limiter le risque de contagion. Pour la même raison, un nombre croissant de passagers opteraient pour le choix des sièges à l'avant de l'avion, afin d'être les premiers à entrer et à sortir.

Les bagages, première source de revenus

Le rapport CarTrawler/IdeaWorks souligne également la forte progression des suppléments bagages, qui constituent la première source de recettes complémentaires. L'une des explications de cette progression tiendrait à l'allongement de la durée des voyages et au souci d'une partie des voyageurs à emporter plus de choses afin de parer à l'éventualité d'un éventuel confinement.

Une chose est sûre: les compagnies aériennes ont rivalisé d'imagination pour encourager leurs clients à déboursier un supplément pour leurs bagages. Au cours des deux dernières années, toutes les compagnies low cost européennes ont durci leurs règles concernant le nombre et la taille des bagages en cabine, tout en proposant de plus en plus de forfaits, associant à un bagage payant un accès prioritaire à bord et le choix du siège. C'est notamment le cas d'easyJet qui a récemment lancé plusieurs formules « tout inclus » selon la taille du bagage, dont le prix varie en fonction de la demande, comme pour le prix des vols.

L'aviation d'affaires se voit au début d'un nouvel âge d'or

Et tandis que les compagnies low cost réinventaient des tarifs tout compris, les compagnies traditionnelles ont, quant à elles, tenté de déshabiller leurs offres, afin d'isoler le prix du vol des prestations complémentaires. Alors qu'il y a quelques années encore, toutes incluaient dans leurs tarifs l'enregistrement d'un bagage et le choix du siège, la quasi-totalité des compagnies traditionnelles américaines et européennes proposent aujourd'hui des tarifs sans bagage ni choix du siège. Ce qui contribue également à faire grossir le poids des prestations annexes dans leur chiffre d'affaires.