

Alcimed

Communiqué de presse

Aviation d'affaires : comment le digital bouleverse le secteur des services

Alcimed, société de conseil en innovation et développement de nouveaux marchés, fait le point sur l'arrivée de nouveaux services qui viennent bouleverser le secteur de l'aviation d'affaires depuis ces dernières années. Entre agrégation des vols et intégration des services d'optimisation, le digital permet une amélioration des coûts opérationnels.

Toulouse, le 20 juin 2017 – Après avoir traversé une crise en 2008, le marché de l'aviation d'affaires reprend un second souffle. Au-delà de la hausse des livraisons d'avion, le secteur des services connaît un développement sans précédent, permettant l'émergence de nouvelles opportunités pour les acteurs historiques mais pas seulement.

Les services, la nouvelle source de valeur du marché de l'aviation d'affaire

Les avionneurs, premiers à avoir compris suite à la crise de 2008 le potentiel des services MRO¹, cherchent à capter de la valeur en intégrant ces services dans leurs activités. On peut citer CESSNA qui a acheté des centres MRO sur plusieurs aéroports dont Zürich et Düsseldorf. Dassault Falcon services capte, quant à lui, 35% des opérations MRO relatives à ses Falcon².

Cette tendance concerne également **les services digitaux, qui viennent créer de la valeur pour les opérateurs de flottes d'avions d'affaires**. En effet ces opérateurs, qui ont toujours mis la priorité sur la satisfaction passager, cherchent aujourd'hui à diminuer les coûts opérationnels. Et le digital le permet à travers l'optimisation de la réservation des vols et donc de l'utilisation des avions, mais aussi grâce au développement des services d'optimisation des opérations en vol et au sol.

Le marché des avions d'affaires en difficulté

L'aviation d'affaires a connu une forte crise en 2008 et a vu le nombre de livraisons annuelles baisser de 1313 en 2008 à 678 en 2013, soit une chute de 49% sur la période.

Depuis 2014, le marché reprend avec une croissance annuelle moyenne des livraisons de 3% et ce, jusqu'en 2021. Cette croissance est fortement dépendante du marché américain, qui concentre aujourd'hui près de 50 % de la flotte mondiale et, qui captera 60% du total des nouvelles livraisons jusqu'en 2025.

(Source : Jetcraft, « 10 Year Market Forecast », 2016)

Bientôt un « Kayak » dédié à l'aviation d'affaires ?

Le marché de l'aviation d'affaires est intrinsèquement bien différent de l'aviation commerciale. La majorité des avions sont possédés par des entreprises ou des individus VIP avec des besoins de transport irréguliers. Ainsi, **le taux d'utilisation d'un avion d'affaire par son propriétaire est nettement inférieur à celui d'un avion commercial**.

Pour réduire les coûts opérationnels, **les propriétaires cherchent donc à mettre leurs avions en charter**, c'est-à-dire à la disposition d'autres clients. Pour se faire, il faut faire appel à des « brokers », des individus ou PME ayant un réseau important et pouvant mettre en relation propriétaires et clients. Ces opérations étaient majoritairement manuelles, à la différence de l'aviation commerciale ou des agrégateurs en ligne ont vu le jour (Kayak, Skyscanner, Opodo, Kiwi...) et permettent de proposer une multitude de vols de différentes compagnies aériennes au client.

¹ MRO (Maintenance Repair and Overhaul) désigne les services de maintenance et de réparation des avions

² Source : Les échos, 2016, *Dassault installe la maintenance des Falcon à Mérignac*

Alcimed

La tendance aujourd'hui est à l'automatisation de ces opérations également dans l'aviation d'affaires. *«L'enjeu majeur pour ces acteurs du digital est d'être le premier à proposer une plateforme complètement automatisée mettant en relation clients et opérateurs de vols. Des acteurs tels qu'Avinode ou Stellar sont bien avancés aujourd'hui. Cela pourrait également permettre une démocratisation de l'aviation d'affaires avec des vols à des prix plus abordables.»*, ajoute Alexandre Savin, Directeur du bureau de Toulouse.

Les fournisseurs de services se positionnent en « One stop shop »

La seconde tendance concerne **les services d'optimisation en vol tels que les logiciels** :

- de flight planning
- d'amélioration de trajectoire
- de réduction de la consommation de fuel
- d'optimisation au sol tels que des applications de calcul de performance ou de suivi des opérations (planning des vols, suivi des coûts, optimisation des prix, ...).

Ces services connaissent un essor important et **les fournisseurs tendent vers l'agrégation d'un maximum de ces services pour se positionner en « one stop shop »** sur le marché en proposant une offre complète et intégrée. *«Les principaux fournisseurs de services sont surtout américains, avec le big 5 représenté par Honeywell, Rockwell Collins, Universal Weather, Jeppesen et Colt Universal. Certains acteurs européens commencent à se démarquer comme RocketRoute.»*, ajoute Paul ACHKAR, consultant chez Alcimed.

Devenir un « one stop shop » passe notamment par des partenariats. On peut ainsi citer Rocket Route, qui a vu BP entrer dans son capital, en partenariat avec Avfuel, pour étendre son réseau de fournisseurs et ainsi optimiser les coûts liés au fuel, et Traxall pour optimiser la maintenance. La société a d'ailleurs annoncé vouloir devenir « l'Amazon de l'aviation »³. On peut également citer Jeppesen, qui a récemment dévoilé sa plateforme « Jeppesen Operator », en partenariat avec BoldIQ un spécialiste des algorithmes et des outils d'optimisation.

Le marché des services dans l'aviation est aujourd'hui transformé par le digital. De fortes évolutions sont en cours, et **il faudra suivre les choix des divers acteurs (avionneurs, grands équipementiers, PME et start-up innovantes...)** pour se faire une idée plus précise du futur **paysage des services pour l'aviation d'affaires.** Au-delà des marchés historiques tels que l'Europe et les Etats-Unis, **il faut également surveiller la Chine, marché aujourd'hui fermé, mais au potentiel de développement considérable.**

A PROPOS D'ALCIMED - www.alcimed.com

Créée en 1993, ALCIMED est une société de conseil en innovation et développement de nouveaux marchés, spécialisée dans les sciences de la vie (santé, biotech, agroalimentaire), la chimie, les matériaux et l'énergie ainsi que dans l'aéronautique, le spatial, la défense et les Politiques Publiques. Intervenant auprès des grands groupes industriels, PME, fonds d'investissement et acteurs institutionnels, ALCIMED s'appuie sur une équipe de 180 collaborateurs de haut niveau pour accompagner ses clients dans l'exploration et le développement de leurs terres inconnues, couvrant 4 secteurs clés : nouvelles technologies, innovations marché, pays à forte croissance et analyse prospective. La société dont le siège est à Paris, est présente à Lyon et à Toulouse, ainsi qu'en Allemagne, en Belgique, en Suisse, en Angleterre, aux Etats-Unis et à Singapour.

RELATIONS MEDIAS : Agence ComCorp

Marie-Caroline Saro – +33 1 58 18 32 58 / +33 6 88 84 81 74 - mcsaro@comcorp.fr

Sabrina Russo - +33 1 58 18 32 48 | +33 6 82 92 94 45 - srusso@comcorp.fr

³ Ainonline, 2016, <http://www.ainonline.com/aviation-news/business-aviation/2016-11-04/rocketroute-aims-be-amazon-aviation>