

# EasyJet fête ses 20 ans avec des records

AVIATION • La compagnie à bas coûts, qui vient juste de fêter ses vingt ans, s'offre des résultats record. Son directeur commercial pour l'Europe du Nord, Thomas Haagensen, revient sur ce succès, un œil vers l'avenir.

## EASYJET - 20 ANS D'EXISTENCE



## FLOTTE ÉTOFFÉE

Entre le 1<sup>er</sup> octobre 2014 et le 30 septembre 2015, easyJet a dégagé un bénéfice net de 548 millions de livres (839 millions de francs), en hausse de 22% sur un an. Son bénéfice avant impôt a atteint 686 millions de livres. Le chiffre d'affaires a grimpé de 3,5%, à 4,686 milliards de livres. Le coût par siège a diminué de 3,4%, grâce au kérosène bon marché lié aux faibles cours du brut.

Confiante pour la suite, la compagnie britannique à bas coûts a passé une commande ferme portant sur 36 appareils de la famille de moyen-courrier Airbus A320, dont 30 de nouvelle génération, pour un total de 3,8 milliards de dollars (3,83 milliards de francs) au prix catalogue. Ils seront livrés entre 2018 et 2021. ATS

## RACHEL RICHTERICH

Bénéfices record, croissance soutenue et nombre de passagers en hausse: easyJet ne pouvait rêver mieux pour célébrer ses vingt ans d'existence. La compagnie à bas coûts réalise un parcours sans faute, depuis son lancement en 1995 à l'aéroport londonien de Luton, sous le slogan «volez pour le prix d'une paire de jeans», portée par la libéralisation du ciel européen deux ans plus tard, jusqu'à ce bénéfice avant impôts record de 686 millions de livres (1,06 milliard de francs) pour l'exercice 2014-2015 achevé fin septembre. Une hausse de 18% sur un an, due en grande partie à une hausse de 6% des passagers transportés. Ils ont été 68,6 millions à voler à bord des Airbus orange, contre 40 000 au tout début. Les prix, eux sont demeurés stables, autour de 40 francs en moyenne. Le directeur commercial de la compagnie pour l'Eu-

rope du Nord, Thomas Haagensen, revient sur les raisons de ce succès et expose ses plans pour l'avenir. Notamment en Suisse, où easyJet est devenue la deuxième compagnie derrière Swiss avec 11,2 millions de passagers.

Un bénéfice record, pour la cinquième année de suite, quelle est la clé du succès d'easyJet?

**Thomas Haagensen:** Il y en a plein! C'est le modèle d'affaires de la compagnie dans son ensemble qui contribue à ce succès.

Presque toutes les compagnies dites traditionnelles tentent aujourd'hui de s'aligner sur ce modèle, en cassant leurs prix. Certaines, à l'instar de Lufthansa, créent même des filiales dédiées au low cost. Redoutez-vous cette concurrence?



«On est une compagnie low cost, on ne le devient pas»

Il faut se rappeler que l'on est une compagnie low cost, on ne le devient pas. Ce modèle d'affaires que j'évoquais à l'instant fonctionne selon une base de coûts très basse. Et toute l'entreprise a été créée et construite là autour. Dès le départ. Par exemple, contrairement aux compagnies traditionnelles, nous ne volons qu'avec un type d'avions, des Airbus. Cela réduit les frais de maintenance et de pièces détachées. Nous avons également un minimum de postes voués à l'administration. C'est grâce à cette structure de coûts que

nous parvenons à dégager de tels bénéfices, qui nous permettent ensuite d'investir dans l'offre, d'optimiser les fréquences.

L'an passé, 11,2 millions de passagers ont volé avec

easyJet depuis ou à destination de la Suisse. Un pays où la compagnie détient 23% du marché. Pouvez-vous faire mieux?

Nous allons surtout consolider l'offre existante. Le modèle fonctionne et la demande existe, nous devons continuer à la satisfaire. Nous ne nous fixons pas d'objectifs particuliers, formulés en pourcentage. Nous sommes la première compagnie à Genève et à Bâle, avec respectivement 7 millions et 4 millions de passagers, pour 71 et 53 liaisons et espérons y croître davantage.

Pas de projets pour Zurich, où vous ne proposez que deux liaisons, ou pourquoi pas Berne?

Nous allons nous concentrer sur nos bases de Genève et Bâle, où nous attendons une croissance annuelle de 5 à 10%. Avec cinq nouvelles liaisons. Nous voyons aussi du potentiel avec les voyages d'affaires à Genève, où transite un flux important de cette clientèle (Genève est le deuxième aéroport d'affaires en Europe derrière Londres, et ces clients génèrent 80% des nuitées du canton selon Genève Tourisme, ndlr).

Comment comptez-vous séduire cette clientèle exigeante?

De la même manière que la clientèle commerciale: avec un réseau développé, une fréquence soutenue et des prix attractifs. Tels sont ses besoins essentiels, bien plus important que de recevoir un paquet de cacahuètes gratuit. I

## MESURES D'ÉCONOMIES

# La RTS supprime ses magazines religieux

Le Radio Télévision Suisse a annoncé hier la suppression de tous ses magazines religieux pour 2017. Les émissions radio «A vue d'Esprit» et «Hautes Fréquences» ainsi que le magazine TV «Faut pas croire» disparaîtront des programmes. En l'état, la diffusion radio et TV des messes et cultes ne devrait pas être touchée, ni la chronique religieuse quotidienne du «Journal du matin», appelée autrefois «Juste ciel». Selon les organes ecclésiastiques Cath-Info et Médias-pro, partenaires éditoriaux de la RTS pour ces émissions, cette mesure revient à amputer RTSreligion de 50% de ses forces, soit environ 12 équivalents plein-temps, alors que les économies que la RTS doit mettre en œuvre ne correspondent qu'à 3% de son budget.

«La RTS est contrainte d'économiser 11,4 millions dès le 1<sup>er</sup> janvier 2016. L'objectif nécessite la mise en œuvre des mesures prévues. Cela

dit, la RTS entend maintenir les questions religieuses dans son offre. Les modalités programmatiques et financières de la convention seront négociées en 2016», explique Barbara Stutz, cheffe de presse à la RTS.

La porte-parole précise: «Nous ne procédons pas à des coupes linéaires. Les économies qui touchent les programmes tiennent compte de différents critères, dont la capacité à concerner un large public. Néanmoins, toutes les coupes sont difficiles et ne remettent pas en cause la qualité intrinsèque des émissions.»

Du côté des partenaires chrétiens de la RTS, c'est la consternation. «Au moment où la nécessité d'un traitement religieux de l'information se manifeste à travers les tragiques événements de Paris, cette mesure est inopportune et disproportionnée», déplorent Michel Kocher et Bernard Litzler, respectivement directeurs de

Médias-pro et de Cath-Info. «À l'heure de la radicalisation religieuse et des replis identitaires, ce choix de la direction des programmes de la RTS est incompréhensible.»

Cath-Info et Médias-pro assument une part non négligeable des coûts des émissions religieuses, notamment les salaires de producteurs et de journalistes. Ils rappellent que le partenariat avec la RTS est ancien. Les premiers magazines religieux datent de 1964. Dans les années 2000, les journalistes catholiques et protestants ont élargi leur contenu au domaine interreligieux. Aujourd'hui, ils couvrent l'entier des confessions et religions, proposant d'innombrables analyses, dossiers, reportages et débats interreligieux.

«Nos journalistes sont sous le choc. Ils ne comprennent pas pourquoi un travail et une collaboration éditoriale, uniques en Suisse, sont

ainsi massivement et unilatéralement déconstruits, avec à la clé de probables suppressions d'emplois», martèlent les deux directeurs dans un communiqué.

«L'état-major de la RTS n'a pas mesuré que nous sommes une véritable rédaction, avec des propositions fortes, une collaboration radio-TV transversale, des contacts précieux dans les milieux religieux», regrette Fabien Hünenberger, journaliste et producteur radio à RTSreligion. «Avec cette suppression, c'est tout un savoir-faire qui se perd.»

Cath-Info et Médias-pro espèrent que les négociations avec la direction de la RTS, au cours de l'année 2016, pour la reconduction de la convention entre le service public et les organes ecclésiastiques, conduiront à une meilleure prise en compte de la dimension religieuse au sein des programmes de la RTS.

PFY AVEC LES AGENCES

## La SSR garde son plan d'économies

Malgré des propositions des employés et du Syndicat suisse des mass media (SSM), le Comité de direction de la Société suisse de radiodiffusion (SSR) a indiqué hier vouloir maintenir les 250 suppressions de postes prévues dans son programme d'économies. En Suisse romande, 74 postes sont concernés. Les dirigeants annoncent aussi un gel des salaires pour 2016. Parmi ces propositions: des coupes dans l'offre des programmes, des défraitements moins élevés et une réduction solidaire du taux d'activité. Plusieurs idées ont été reprises mais d'autres ont été balayées car elles «entraîneraient des frais considérables ou des économies aléatoires», explique Daniel Steiner, porte-parole de la SSR. «Nous allons bien sûr réagir», avertit Willy Knöpfel, secrétaire romand du SSM, «très déçu» par ces décisions. Le personnel prévoit de manifester mardi prochain à Genève et Lausanne. Pour mémoire, la SSR a annoncé début octobre devoir économiser 40 millions de francs par an dès 2016 sur un budget de 1,6 milliard. RR/ATS