

## Liligo dévoile une étude interne sur l'hybridation des compagnies aériennes :

La concurrence accrue entre les compagnies aériennes rend la distinction difficile entre les compagnies low cost et régulières. Quelles stratégies mettent-elles en place pour gagner des parts de marché ?

### Comment les compagnies régulières font-elle face à la concurrence des low cost ?

- **Baisse de leurs prix d'appel** : certaines compagnies régulières proposent désormais de nouveaux types de billets avec des prix d'appels inférieurs à ceux pratiqués jusque-là, proches des prix pratiqués par les low cost.

#### Exemples :

- **Les Prix « Mini » lancés par Air France** : la grille tarifaire d'Air France, tout comme celle de sa nouvelle filiale régionale « Hop ! », propose désormais 3 types de billets : Mini, Classic et Flex. Le tarif Mini n'inclut pas de bagage en soute ni la possibilité de choisir son siège.
- **Lufthansa** : à compter du 1er juillet, les vols européens de la compagnie allemande seront opérés par sa filiale à bas coûts Germanwings (à l'exception des vols au départ ou à l'arrivée de Francfort et Munich).
- **Des services haut-de-gamme** : en parallèle, les compagnies régulières continuent de se démarquer de leurs concurrentes low cost en renforçant les services de leur classe business : possibilité d'emporter deux bagages en soute, deux bagages à main, cumul de miles plus aisé, etc.

## Comment les compagnies low cost attirent-elles la clientèle des compagnies régulières ?

Tout en maintenant un prix d'appel très bas, certaines compagnies low cost tendent à faire converger le niveau de leurs prestations avec celui proposé par les compagnies régulières : bagages en soute, choix du siège, billet flexible, etc.

### Exemples :

- **easyJet** : pas de classe business prévue, mais la compagnie propose un salon *lounge* dans certains aéroports. EasyJet propose deux types de tarifs : Standard et Flexi.
- **Vueling** : une grille tarifaire proposant 3 types d'offres (Basic, Optima, Excellence) et l'accès à un programme de fidélisation ainsi qu'à des salons.

## Les différences de prix entre compagnies low cost et régulières

A service égal, quels sont les tarifs proposés par les compagnies régulières et low cost ?

### Sur une route intérieure

Exemple : un vol aller-retour Paris-Nice, du 2 au 5 septembre 2013.

Compagnie	Service		
	« low cost »	Classique	Premium
Air France	99€	139 €	533 €
easyJet	94€	132€	182€

#### Services inclus dans le tarif

**Low cost** : bagage à main

**Classique** : bagage en soute, choix du siège

**Premium** : dates flexibles

Les prix pratiqués par easyJet et Air France sont très similaires pour les offres low cost et classiques, avec toutefois des services supplémentaires offerts par la compagnie régulière : service à bord, journaux et franchise bagage plus importante (23 vs 20kg). L'écart de tarif se creuse sur les billets premium, avec là encore des services supplémentaires offerts par la compagnie régulière : 2 bagages en soute, possibilité de remboursement du billet.

### Sur une route européenne au départ de la France

Exemple : un vol aller-retour Paris-Barcelone, du 2 au 5 septembre 2013.

Compagnie	Service		
	« low cost »	Classique	Premium
Air France	109 €	149 €	744 €
EasyJet	93€	128 €	191 €
Ryanair	59 €	151€	N/A
Vueling	112 €	152 €	472 €

Comme pour le vol intérieur, les prix des services low cost et classique sont sensiblement les mêmes. A l'exception de Ryanair, dont les vols partent d'aéroports secondaires et qui affiche donc un prix d'appel deux fois inférieur.

## Conclusion

La tendance actuelle va vers une convergence des services proposés par les compagnies aériennes low cost et les compagnies classiques : les premières étoffent leur gamme de services (bagages en soute, choix du siège, billets flexibles...), tandis que les secondes proposent des billets de type low cost à des prix d'appel inférieurs à ceux habituellement pratiqués. Ces évolutions sont récentes et ne s'observent pas encore chez toutes les compagnies aériennes.

Parmi les plus importantes compagnies low cost opérant en Europe, seule Ryanair continue de se positionner sur une stratégie exclusivement low cost, avec des bases dans des aéroports secondaires (Beauvais, en France) et des prix très « agressifs ».

### A propos de liligo.com

*liligo.com est le premier moteur de recherche de voyage interrogeant plusieurs centaines de sites (agences de voyage, compagnies aériennes dont 70 low-cost, chaînes hôtelières, centrales de réservations, tour-opérateurs, loueurs de voitures...) et permettant d'accéder facilement à toutes les solutions de voyage disponibles en ligne, triées et présentées de manière impartiale. Exhaustif, objectif, innovant, [liligo.com](http://liligo.com) a pour mission d'aider l'internaute à trouver son voyage le plus simplement et le plus efficacement possible. Disponible dans 11 pays européens et attirant près de 3 millions de visiteurs uniques par mois, liligo.com est une production de Findworks Technologies, une start-up de quarante personnes fondée par Pierre Bonelli, Bertrand de la Ruelle, Xavier Corbel et Mikaël Quilfen en 2005.*

### Contacts Presse

#### KALIMA

Tygénia Saustier - [tsaustier@kalima-rp.fr](mailto:tsaustier@kalima-rp.fr)  
Violette Salardaine – [vsalardaine@kalima-rp.fr](mailto:vsalardaine@kalima-rp.fr)  
01 44 90 02 36

