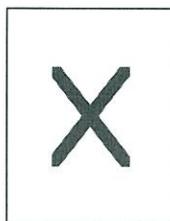


Pour des services de transport aérien *accessibles, abordables et sécuritaires*

Document de réflexion Table de travail sur le transport aérien en région



CONFÉRENCE RÉGIONALE
DES ÉLUS DE LA CÔTE-NORD

Rédigé par :
M. Pierre Breton
Homme d'affaires et
représentant de la Côte-Nord à la table de travail

Décembre 2005

INTRODUCTION

Le transport aérien pour la Côte-Nord, comme pour la plupart des régions, est un enjeu capital pour son développement social et économique. Ceci est d'autant plus marquant pour une région où certaines de ses municipalités ne sont atteignables que par voie aérienne ou maritime puisque non reliées au réseau routier québécois.

C'est dans ce contexte que la Côte-Nord accorde une grande importance aux travaux de la table de travail mise en place pour établir les besoins communs aux régions en transport aérien et dégager des éléments précis de solution.

Le présent document en est un de réflexion sur ce que pourrait être le « plan de match » de la table de travail. Il précise certains éléments qui devraient être abordés dans le cadre des discussions du comité.

Ce document propose différentes avenues visant essentiellement à faire progresser les travaux de la table compte tenu de l'échéancier limité souhaité par la ministre déléguée aux Transports, madame Julie Boulet.

PLAN D'ACTION DU COMITÉ INTER-RÉGIONAL

a) *Définir la mission*

Par exemple : Rétablir dans les régions du Québec des services de transport aérien accessibles, abordables et sécuritaires en collaboration avec tous les intervenants concernés.

b) *S'adjoindre des experts compétents et impartiaux pour conseiller le comité*

Ceux-ci pourraient permettre de définir un langage commun pour caractériser les attentes et les besoins de chacune des régions de façon réaliste et responsable. Ces experts devraient conseiller le comité entre autres sur la logistique des transports, les aéronefs, les particularités des régions du Québec, la réglementation aérienne, les services juridiques, les relations avec les communautés extra-provinciales (Wabush, Terre-Neuve, nord de l'Ontario, les Maritimes, etc.), les techniques nécessaires pour s'assurer que les transporteurs soient aptes et prêts à répondre aux besoins des clientèles et aussi aptes à encourager un accroissement de la clientèle, etc.

c) *Faire un état de situation*

Préparer un état de situation, forces, faiblesses, qualité de l'information disponible et mécanismes à prévoir pour assurer la qualité de l'information.

d) *Établir des objectifs et un échéancier pour les atteindre*

Par exemple, créer un réseau de transport régional qui puisse permettre d'établir les masses critiques nécessaires pour entreprendre une réhabilitation de l'essentiel des clientèles régionales qui ont dû délaisser ce mode de transport dans les dernières années.

e) *Déterminer les actions à prendre*

Préparer des appels d'offres régionaux ou interrégionaux, solliciter, au besoin, l'expertise des transporteurs). Définir et harmoniser les attentes et les besoins des clientèles régionales et des clientèles extra-régionales (agents gouvernementaux ou des sociétés d'état, grandes entreprises, etc.). Inviter les ministères et les sociétés d'état à collaborer à la démarche pour élargir les masses critiques et ainsi rendre plus viable le transport aérien en région.

f) *Intervenir auprès du gouvernement fédéral*

Intervenir, de concert avec le gouvernement du Québec, auprès du gouvernement fédéral pour s'assurer que la réglementation actuelle ne soit pas un obstacle à une desserte efficace des régions. Évaluer les difficultés possibles quant aux obligations imposées aux transporteurs régionaux. Ex : Nav Canada, accessibilité aux aéroports centraux, comportements anticoncurrentiels, etc.

g) *Se pencher sur certains comportements nuisibles*

Le comité devrait aussi se pencher sur certains comportements nuisibles à une desserte efficace par les transporteurs aériens : survente de billets, annulation intempestive des vols parce que le nombre de passagers est insuffisant, conditions de tarification obscures, fiabilité des systèmes de réservations.

h) *S'assurer la collaboration des transporteurs aériens*

Le comité devrait s'assurer de la collaboration des transporteurs aériens et prévoir, dans son appel d'offres, que les soumissionnaires qui ne seront pas retenus n'auront pas accès aux liaisons proposées dans les marchés ciblés.

Commentaires sur deux aspects importants à considérer pour remplir la mission du comité si celle proposée est retenue

1) Pour récupérer les clientèles perdues et établir les masses critiques, il faut mettre fin à la « segmentation des clientèles »

La segmentation des clientèles par les transporteurs en réseau est le résultat d'une stratégie qui vise à réserver les sièges disponibles sur les lignes aériennes régionales aux clientèles les plus rentables pour les transporteurs et l'industrie du voyage. Les clientèles cibles sont celles qui généralement sont moins sensibles aux prix et qui peuvent rapidement rejoindre le club des « frequent flyers », soit les employés de la grande industrie, les employés de l'état et de ses sociétés publiques, les responsables des organismes publics et les vacanciers. Incidemment, un nombre croissant de ces vacanciers bénéficie des programmes de fidélisation et peut se déplacer presque gratuitement grâce aux points de fidélisation cumulés. Ces clientèles privilégiées par les transporteurs en réseau ont remplacé sur les avions régionaux les clientèles plus sensibles aux prix, particulièrement les utilisateurs qui paient personnellement leur déplacement ou encore ceux qui proviennent de la petite et moyenne entreprise dont les budgets de déplacement sont plus limités. Les tarifs pour ces gens sont devenus inabordables parce qu'ils ont crû beaucoup plus rapidement que l'inflation pour permettre de financer en contrepartie les sièges des clientèles privilégiées de vacanciers. Ces deux derniers groupes des clientèles non ciblées font partie des exclus à récupérer, ce sont ceux qui doivent, aujourd'hui, s'imposer de longs parcours sur des routes trop souvent dangereuses.

Les travaux du comité devraient donc viser à considérer les passagers comme des individus égaux qui ont un besoin de transport dont les motivations ne sont pas à discriminer.

Par ailleurs, une demande particulière lors du colloque pourrait avoir pour effet d'augmenter la segmentation de la clientèle et donc la tarification pour les autres voyageurs.

- « *Instaurer des tarifs abordables et flexibles pour le transport des malades et des accompagnateurs* »

Cette mesure est sans doute nécessaire sur le plan de la flexibilité mais sur le plan des tarifs abordables, elle aurait pour effet de reporter sur les autres passagers la diminution de tarif demandée pour déplacer les malades et les accompagnateurs. Or, cette responsabilité est celle du gouvernement du Québec et de tous les Québécois et non pas celle des voyageurs aériens. Pour éviter de complexifier l'appel d'offres et de compromettre l'objectif de tarifs abordables, les réductions tarifaires souhaitées devraient découler d'une enveloppe budgétaire spécifique provenant des organismes concernés en santé.

En résumé, la segmentation du marché ou la sélection de clientèles privilégiées est à la source même des baisses d'achalandage dans les régions. On ne peut tenter de rétablir l'accessibilité du transport aérien à des coûts abordables sans éliminer ce concept. Ainsi seulement pourront s'établir les masses critiques et des entreprises de transport aérien rentables et aptes à croître et à améliorer leurs services.

2) Les programmes de fidélisation ou comment pervertir la libre concurrence et segmenter les clientèles

- « *Établir un système de ristourne en fonction du nombre de voyages effectués* »

« *Faire en sorte que les partenaires d'Air Canada puissent bénéficier d'Aéroplan* »

À la lecture de ces demandes de certaines régions lors du colloque du 29 novembre 2005, une réflexion s'impose.

Ces programmes permettent aux transporteurs en réseau de sélectionner les clientèles les plus profitables sur leurs vols régionaux, soit celles qui sont peu sensibles aux prix ou qui bénéficient de tarifs vacances avantageux (gens d'affaires, employés de la grande industrie, agents gouvernementaux et vacanciers). Cette clientèle privilégiée est devenue la clientèle résiduelle actuelle. Les transporteurs en réseau, en excluant les clientèles sensibles aux prix (passagers payant personnellement leur billet, gens d'affaires des PME ayant des budgets plus restreints, étudiants, etc.), ont rendu anémique le transport aérien en région. Ces passagers sensibles sont ceux qui ont abandonné progressivement le transport aérien depuis 15 ans. Ils représentent, au Québec, environ 50 % de la clientèle existante avant la déréglementation et la segmentation du marché.

Par ailleurs, en 1994, un groupe de représentants des Chambres de commerce des régions du Québec a rencontré le président d'alors d'Inter Canadien et vice-président de Canadian, M. Gilles Dagenais. Ce dernier a alors affirmé que les programmes de fidélisation représentaient pour son entreprise des coûts estimés entre 10 et 15 % des tarifs aériens de l'époque. Considérant l'élargissement remarquable de ces programmes depuis, les milles bonis étant désormais accessibles dans plusieurs commerces ou via des achats sur carte de crédit ou autrement, on peut mesurer l'importance relative de ces programmes sur la tarification actuelle des transporteurs en réseau. Si l'objectif du comité est de rendre les prix abordables, il y a un seul choix possible : exclure ces programmes des appels d'offres pour assurer à chacun des passagers un prix équitable.

La revue *The Economist* estimait, en 2002, que le prix moyen d'une unité de fidélisation (un mille aérien) était de 5 cents US. Un déplacement Sept-Îles/Montréal, soit environ 1000 milles aller retour, générerait donc 1 000 unités de fidélisation auxquelles on pourrait ajouter les milles bonis reliés à la location d'auto, l'hôtel, etc. qui permettent d'accumuler aussi entre 500 et 1 000 unités supplémentaires. Selon cette estimation, ce seul déplacement permettra par exemple à un passager d'accumuler entre 50 et 100 \$ US en avantage de fidélisation, un avantage personnel non imposable obtenu indirectement de son employeur qui, lui, a acquitté le prix du billet d'avion.

« The miles that employees earn flying on business are a big fringe benefit that the state would love to tax. But valuing such perks and enforcing the tax is currently too difficult. In february (2002), America Internal Revenue Service announced that, for now, frequent flyer miles would not be taxed. »

The Economist, May 2nd 2002

On peut reconnaître ici l'influence exceptionnelle de l'industrie du voyage (tourisme et transport) sur les politiques fiscales américaines, mais aussi sur le transport aérien dans les régions du Québec. Dans ce contexte, il serait sans doute illusoire d'espérer voir disparaître ces programmes et la segmentation des clientèles par les transporteurs en réseau. Ces pratiques sont peut-être moins perverses en matière de concurrence sur les marchés internationaux puisque l'on a pu voir émerger au fil des années des transporteurs « vrais », qualifiés à tort de transporteurs à bas prix, qui ont permis de rétablir un marché concurrentiel et qui sont sans doute plus responsables des difficultés actuelles des transporteurs en réseau que les SRAS, le 11 septembre, l'augmentation des prix du pétrole, etc.

Dans un marché québécois fragilisé par des années de segmentation, il y aurait sans doute lieu de prendre quelques précautions pour permettre à la démarche amorcée d'atteindre les résultats espérés :

- a) Présenter aux membres du comité les effets des programmes de fidélisation sur l'accessibilité du transport aérien en région (effet sur les tarifs, disponibilité des sièges, etc.).
- b) Il est bien connu que nous avons le privilège d'avoir au Québec une fonction publique généralement efficiente et intègre. Cependant, considérant que les plus importants bénéficiaires des programmes de fidélisation sont souvent parmi les cadres supérieurs, il est primordial que ceux qui seront impliqués dans la démarche, aussi bien que les membres du comité, reconnaissent que l'intérêt public doit primer sur les intérêts particuliers des sous-groupes favorisés par les programmes de fidélisation. Dans la démarche en cours, l'intérêt public devrait d'abord s'apparenter à l'intérêt des gens des régions qui dépendent entièrement ou partiellement du transport aérien. Ceci devrait aussi s'appliquer aux représentants des groupes de travailleurs des sociétés publiques et parapubliques, dont Hydro-Québec. Ces représentants seront des partenaires précieux pour permettre d'établir les masses critiques de passagers qui permettront d'améliorer les services aériens régionaux. Cependant, si les bénéfices marginaux non imposables que représentent les programmes de fidélisation priment sur le choix du transporteur le plus avantageux au niveau des prix, il deviendra prévisible que les critères de services aériens plus abordables pour la population aussi bien que la récupération des clientèles non ciblées par les transporteurs en réseau seront difficiles à atteindre.

3) Des taxes et frais divers concentrés sur les transporteurs régionaux

Une réflexion sur le bien-fondé des nombreuses taxes imposées aux passagers des régions permettrait de mesurer comment les deux niveaux de gouvernement pourraient intervenir à travers un fonds spécial de support au transport aérien régional ou par voie fiscale. Certaines avenues à explorer pour supporter le transport régional pourraient s'apparenter aux subventions et avantages dont jouissent les transports en commun dans les grands centres.

La ventilation des frais (aide à la navigation aérienne, de sécurité et autres) entre les passagers internationaux et domestiques, particulièrement ceux des régions éloignées, devrait être analysée pour assurer une juste répartition de ces fardeaux sur l'ensemble des utilisateurs du transport aérien au Canada.

- *Suggestions concernant les appels d'offres*

Pour éviter toute controverse sur les questions des programmes de fidélisation et de segmentation des marchés, le comité pourrait établir d'entrée de jeu que ces programmes ne seront pas considérés dans le processus de sélection des transporteurs.

Ainsi, tous les transporteurs pourraient participer aux appels d'offres à partir des mêmes paramètres.

De plus, les appels d'offres devraient demander un seul prix pour chacune des liaisons souhaitées éliminant les manipulations tarifaires, ce qui éviterait de perpétuer la segmentation actuelle et permettrait le retour des clientèles exclues. De plus, le mécanisme de sélection des transporteurs serait simplifié.

L'appel d'offres devrait déterminer les critères d'accessibilité, horaires, sièges disponibles, etc.

Évaluer la possibilité d'une desserte « en croissant » hebdomadaire ou bi-hebdomadaire ou, à la limite, quotidienne qui puisse permettre aux gens des régions d'avoir accès aux autres régions pour faciliter les relations d'affaires. Ainsi, par exemple, un vol Gaspé, Rimouski, Baie-Comeau ou Sept-Îles, Saguenay, Rouyn-Noranda ou Val d'Or, Montréal et Québec avec retour en soirée pourrait contribuer à renouer des liens entre les entrepreneurs régionaux et ainsi dynamiser les économies régionales.

CONCLUSION

Établir des services aériens accessibles et abordables nécessite une approche réaliste du service qui puisse d'abord répondre aux besoins actuels pour ensuite être élargie vers les attentes ou les scénarios optimaux au fur et à mesure que les masses critiques se formeront pour permettre d'améliorer l'offre de desserte.

L'exercice proposé ne peut porter ses fruits que dans la mesure où un suivi actif est maintenu au fil des mois et des années à venir.

M. Milton, président d'ACE, anciennement Air Canada, affirmait que « trop peu de gouvernements comprenaient le fait que le transport aérien constituait un engin de croissance économique qu'il fallait stimuler et non pas décourager avec des taxes absurdes ».

Le Soleil, samedi 10 décembre 2005, page B1

En segmentant les clientèles des marchés régionaux du Québec et en « fidélisant » les clientèles ciblées, Air Canada a elle-même contribué activement à la déstructuration des économies régionales et à l'affaiblissement des fières communautés de Québécois qui habitent encore aujourd'hui, et sans doute malgré plusieurs, les régions du Québec.