

COLLOQUE DGAC-CSAC

Résumés des interventions



D'UNE CONCURRENCE
RÉGLEMENTÉE
À UNE CONCURRENCE
LOYALE

FROM REGULATED
COMPETITION
TOWARDS **FAIR**
COMPETITION



1e SESSION

ÉTAT DES LIEUX ET ANALYSE DE LA SITUATION CONCURRENTIELLE DU TRANSPORT AÉRIEN

Session animée par Philippe AYOUN

10h10 - L'observatoire de la concurrence de la DGAC.

Laurence COLOMB de DAUNANT – chef du bureau des études économiques – DGAC.

La libéralisation du transport aérien commercial intervenue en Europe (et en France) depuis les années 1990 a eu un effet très important sur le paysage aérien. Un des effets les plus attendus de la libéralisation est une augmentation de la concurrence dont on attend une baisse des tarifs aériens, au bénéfice des consommateurs. Les problématiques de compétitivité liées à la concurrence sont au cœur des interventions prévues dans le cadre du colloque.

Pour introduire le sujet, et en se fondant sur deux outils forgés par la SDE, l'Observatoire de la concurrence et l'Indice des prix du transport aérien, seront présentées quelques-unes des observations faites sur l'intensité de la concurrence enregistrée en 2013 sur les principaux marchés aériens concernant la France.

Les indicateurs choisis se fondent sur la répartition des routes selon le nombre d'opérateurs en compétition, la répartition du trafic aérien selon le nombre d'opérateurs en compétition sur la même liaison et enfin sur le niveau de concentration sur le marché considéré avec l'estimation de l'indice d'Herfindahl-Hirschman fondé sur les parts de marchés respectives de chacun des concurrents.

Ce premier éclairage sera complété par une analyse des données de trafic, prenant en compte la véritable origine et destination des passagers pour mettre en évidence le rôle de la connectivité directe et indirecte des aéroports français dans le développement de la concurrence.

Une dernière série d'observations sera présentée pour illustrer le lien entre niveau des prix du transport aérien et niveau de la concurrence sur quelques secteurs clés.

10h30 - Une vision originale de la recherche économique dans le transport aérien : entre alliances et compétition, la "coopétition".

Paul CHIAMBARETTO – enseignant chercheur en marketing – Montpellier Business School.

Face à une concurrence croissante sur l'ensemble de leurs marchés, les compagnies aériennes se retrouvent dans l'impossibilité d'être présentes et compétitives sur tous les fronts. Loin d'abandonner leurs marchés, la majorité des compagnies ont adopté des relations d'alliances leur permettant d'être virtuellement présentes sur de nombreux marchés et de continuer à se battre sans engager pour autant de ressources physiques. La plupart de ces coopérations (essentiellement des partages de codes) se font avec des compagnies aériennes concurrentes : sur ces marchés les transporteurs partenaires partagent les avions ou les horaires, mais demeurent concurrents et libres de fixer leurs prix pour capter le plus de clients.

Le concept de coopétition étudie ces relations paradoxales où certaines firmes concurrentes décident de coopérer sur une partie de leurs activités tout en restant en concurrence sur d'autres. La coopétition peut alors être perçue comme une stratégie permettant d'allouer de manière optimale les ressources d'une entreprise (et donc d'une compagnie aérienne) en vue d'améliorer sa compétitivité sur les marchés les plus porteurs. L'objet de cette intervention est de présenter les principaux travaux académiques sur la coopétition et d'illustrer la pertinence de cette stratégie dans le cadre du transport aérien.



Il convient alors de se demander si la coopération ne permettrait pas d'améliorer la compétitivité du pavillon français en ayant recours à la coopération sur les marchés présentant de faibles perspectives de profit afin de dégager un surplus de ressources pour rester en compétition sur ses marchés porteurs. Est-ce réellement faisable? Des exemples de coopération dans l'aérien à l'étranger semblent prouver que oui.

Au niveau du court-courrier, certains pays comme l'Allemagne ou la Suisse ont mis en place des stratégies de coopération avec les opérateurs ferroviaires comme la *Deutsche Bahn* ou les *CFF*. Lufthansa a ainsi créé des partages de code avec la *Deutsche Bahn* sur certaines liaisons domestiques faiblement rentables. Ce faisant, Lufthansa réduit la fréquence de ses vols sur ces lignes tout en pouvant vendre elle-même (et en concurrence avec la *Deutsche Bahn*) des sièges dans les trains allemands.

Au niveau du moyen-courrier, faisant face à la concurrence intense des transporteurs à bas coûts, certaines compagnies aériennes ont adopté des stratégies de coopération. Ainsi, dès les années 2000, *British Airways* a développé un accord de partage de code avec sa concurrente *Flybe* lui permettant de réduire ses capacités tout en restant en concurrence virtuelle sur les routes déficitaires.

Au niveau du long-courrier, la majorité des transporteurs européens font face à la pression croissante des compagnies du Golfe. Pour éviter un combat frontal, certaines compagnies comme *British Airways* ont choisi d'adopter une stratégie de coopération avec *Qatar Airways*. Par un jeu de partage de codes, les deux compagnies restent totalement concurrentes sur les activités de distribution, mais coopèrent pour partager leurs capacités sur des lignes à plus faible rentabilité.

De nombreux travaux de recherche ont mis en évidence l'impact positif des stratégies de coopération sur la performance des entreprises, aussi bien en termes de part de marché que d'innovation ou encore de satisfaction pour les clients. Cette surperformance s'explique essentiellement par le fait que coopération permet de bénéficier des avantages de la coopération, tout en maintenant une certaine forme d'agressivité sur les marchés du fait du maintien de la concurrence.

Si certaines compagnies aériennes françaises ont déjà initié certaines de ces pratiques, l'adoption de véritables stratégies de coopération n'est pas encore systématique. Or les perspectives tant pour les compagnies aériennes que pour la société peuvent être fortement bénéfiques.

10h50 - Contribution of competition: direct and indirect connectivity.

Olivier JANKOVEC – Director General, ACI – Europe / Morgan FOULKES – Deputy Director General, ACI – Europe.

Connectivity is the metric by which airports live – the more connected an airport is to the wider world, the more attractive it becomes to its users and the greater the value it provides to the community and local, regional or indeed national economy it serves. Globalisation has prompted burgeoning interest in measuring the connectivity of hub airports and other airports offering point-to-point services. With airport competition now a firm reality for European airports big and small, connectivity is shifting, changing each year. ACI EUROPE has partnered with SEO Aviation Economics to produce an industry-wide analysis of air connectivity.

European connectivity at a glance

Across Europe, total connectivity increased by +38% between 2004 and 2014. This was a strong increase, but was a result of larger increases in indirect connectivity, considered to be less valuable



than direct connectivity, given the increased travel times. In the last decade connectivity growth has been strongest to the Middle East and Asia Pacific –regions in the process of establishing themselves as aviation and economic powerhouses respectively. However, connectivity growth to Asia-Pacific was largely indirect in nature (and a product of the increased direct connectivity to the Middle East) and this overall increase was mirrored by an equivalent decline in the market share of connectivity to Europe and North America. The crisis in 2008 hit European airport connectivity hard (-4,9%) in one year and resulted in structural shift in the nature of this connectivity. While overall connectivity recovered by 2010, this was driven by indirect connectivity, with direct connectivity only returning to pre-crisis years in 2011, before then subsequently stagnating until today.

EU and Non-EU markets

Between 2004 and 2014, total connectivity at non EU airports doubled, and increased at circa 4 times the pace of EU airports. However, EU airport connectivity had a strong base, and in spite of the different growth rates today, still remains four times larger than NON-EU airport connectivity. More worryingly, direct connectivity at EU airports has yet to recover from pre-2008 highs (-7% in 2014), meaning that overall connectivity gains have been realised via indirect connectivity, and that the quality of EU connectivity has declined. In contrast non-EU direct connectivity is now significantly above pre-crisis levels (+34%).

11h10 - Enjeux et pratique du contrôle de la concurrence.

Emmanuel COMBE – vice-président – Autorité de la concurrence.

Le jeu de la concurrence en Europe entre compagnies aériennes prend place au sein d'un cadre fiscal et juridique particulier (droit du travail, de la consommation, etc.), est soumis à une régulation sectorielle spécifique et est influencé également par les conditions d'exercice des compagnies extra européennes.

Si ce « contexte concurrentiel » - appelé parfois « same playing field » - affecte nécessairement la concurrence et les performances des compagnies, il ne relève pas en tant que tel du droit de la concurrence, dont le périmètre est étroitement circonscrit. A l'intérieur de ce cadre concurrentiel, qui n'est pas de son ressort, la politique de concurrence européenne vise à réprimer et dissuader les abus de position dominante (article 102 du TFUE), prenant par exemple la forme de prix prédateurs ou de pratiques discriminatoires ; de même, elle prohibe les ententes entre compagnies aériennes qui porteraient atteinte au libre jeu de la concurrence, sans générer en contrepartie de gains d'efficacité (article 101 du TFUE).

Les opérations de concentration entre compagnies font également l'objet d'un contrôle préalable. Si les règles de concurrence sont de portée générale, il n'en demeure pas moins que les autorités de concurrence tiennent compte des spécificités du secteur aérien et de chaque cas, que ce soit dans la définition des marchés, le design des remèdes ou la prise en compte d'éventuels gains d'efficacité résultant par exemple d'une alliance entre compagnies.



2e SESSION

CONDITIONS DE DÉVELOPPEMENT D'UNE SAINTE CONCURRENCE DANS LE TRANSPORT AÉRIEN : PEUT-ON DÉFINIR UN TERRAIN DE JEU ÉQUITABLE ?

Session animée par Pascal LUCIANI

11h50 - Is the competition from the Gulf airlines fair?

Regula DETTLING-OTT – VP Relations EU – Lufthansa.

Defining “fair competition” in aviation has a history. For decades, commercial aviation had no need to define what „fair competition“ is. The Chicago Convention urged its Member States to establish air services “on the basis of equality of opportunity and operated soundly and economically”. Governments then defined in their bilateral aviation agreements what this meant: they regulated market access, limited the number of airlines allowed to serve a route, counted seats and frequencies per day and week, set prices for air tickets and required national ownership and control for those airlines allowed to enter the market.

With the liberalization of air transport, governments agreed to remove restrictions on market access; rules on fair competition were included in the agreements, but remained vague. Only in the past few years, the definitions became more specific, notably in agreements of the EU with third countries. The EU Commission uses the same principles it applies to its general trade and competition policy. They are based on the conviction that liberalized markets need rules on fair competition, namely the control of state aid and predatory pricing. Aviation is thus moving closer to becoming a normal global industry. If it wants to get there, companies who want to be part of global aviation and have access to the EU market need to accept that they are subject to control of state aid and competition rules.

Facts and figures regarding the operations of the Gulf carriers in the EU market indicate developments which are so unusual and unprecedented in the Western aviation market that they require a thorough assessment under the criteria of state aid and predatory pricing. The “spectacular growth” (Economist) of the Gulf carriers have severely impacted European network carriers and European hubs, both having lost market share, connectivity and jobs.

If Gulf carriers reject the scrutiny of competition authorities, there can be no fair competition. If they are transparent and compliant as required in a Free Trade environment and if violation of the rules on fair competition is sanctioned, the competition can be fair.

12h10 - Airports and competition strategy.

Peter van LAARHOVEN – Director Corporate – Schiphol Group.

The presentation will deal with the following topics. First, we will look at the fact and figures of competition, especially with the Gulf carriers and airports. It will be shown that the Gulf carriers have grown into formidable competitors to Europe’s legacy carriers over the last 20 years. We will then talk about why this matters, what the implications are and why this is a potential threat to Europe’s competitive position. Finally, we will talk about what airlines, airports and policy makers can do as a response to this situation.



14h00 - Social Dumping.

Keld LUDVIGSEN – Danish Transport Authority – Deputy Director General.

The main message of the presentation is that social dumping is about:

- Maintaining an European airline industry – and maintain it at a decent safety level, and
- Maintain European jobs in the airline industry.

The solution to this is to create a level playing field for the European airline companies to compete on. The solutions shall be found at a European Union wide basis, and the European Commission must play a leading role in this.

The nature of social dumping should be found in the development of the airline industry. First we had a long period with network carriers. This was followed by a rapid development in the last 15-20 years. This development falls in 3 major parts: First, we had the liberalization in the 90's, secondly, we have the emerging of what I will call the 'virtual airline companies', and finally the emerging of the 'transnational airline companies'.

With the liberalization came the point-to-point operators, competing on the costs and primarily the costs of the employed, and the flexibility to adapt to changes.

Many functions within an airline company are today outsourced to subcontractors. Some of these subcontractors may be subsidiaries within the same company-group, but never the less: they are subcontractors, and can and will be handled as this, to create flexibility.

In addition to this we have the creation of atypical employment models, where pilots and cabin crew members are hired through temporary work agencies, or are self-employed, selling their services directly to the airline companies or through temporary work agencies.

Finally we have seen the creation of transnational airline companies, where the parent company holds an AOC and an operating license in one State, and their subsidiaries holds as well AOC's and operating licenses in other States. This is combined with a substantial use of an increased numbers of home bases.

Together this creates the ground for social dumping.

14h20 - Air France-KLM dans la compétition mondiale.

Alexandre de JUNIAC – PDG d'Air France-KLM.

1. Le transport aérien : des opportunités dans un cadre très libéralisé,

- La demande mondiale va continuer de croître de 4 à 5% par an selon IATA
- C'est une chance mais la concurrence est très forte dans un secteur largement libéralisé
- AFKL doit s'adapter, mais il faut aussi que les règles soient les mêmes pour tous

2. L'importance de préserver un transport aérien européen

- Les compagnies européennes relient les villes européennes au reste du monde et créent des emplois nombreux et qualifiés : 7 millions d'emplois directs en Europe
- Elles sont un vecteur de développement économique et touristique
- Les compagnies européennes respectent des règles strictes, pas certains de leurs concurrents hors UE (cf étude américaine : 42 Md\$ d'aides d'Etat aux compagnies du Golfe en 10 ans). La connectivité de l'Europe vers une partie du monde est menacée.



3. Comment y parvenir ?

a. Compétitivité interne et réponses aux attentes de nos clients : des efforts permanents

- La première réponse à la concurrence est interne : réduire ses coûts, améliorer ses produits
- Les efforts se poursuivent dans le cadre du plan Perform 2020

b. En adaptant le cadre réglementaire national, communautaire et mondial

- Au plan national, d'importants leviers de compétitivité à actionner : le **coût du travail** sur le territoire ; la **réglementation et la fiscalité spécifique au transport aérien**, notamment en accélérant la mise en œuvre des recommandations du rapport du député Bruno Le Roux.
- Au plan européen : le « **paquet aviation** » doit viser à garantir la compétitivité du secteur et permettre que s'exerce une concurrence équitable
- Au plan mondial : le transport aérien n'est pas couvert par l'OMC. Mettre en place un mécanisme d'arbitrage face aux pratiques de concurrence déloyale ?

14h40 - OECD economists' analysis on air transport liberalization.

Stephen PERKINS – Chief Economist – ITF (OECD International Transport Forum).

A common definition of what constitutes a level playing field in international aviation has yet to be agreed internationally. The objective should be equality of opportunity, as set out in the Preamble to the Chicago Convention. Aiming instead for equality of outcome tends to impose static results, preventing market entry and preserving inefficiencies.

Some inequalities are clearly the result of natural advantage and, as with traded services, are important sources of the benefits provided by trade. These clearly include geographic advantage. Many differences in general business regulation can probably also be put in this category. However, other inequalities can be the result of a level of support with public finance that extends far beyond domestic regional development policy measures or short term protection of airlines from economic collapse. There is no simple principle for demarcation but there is a clear need to establish an ICAO-endorsed framework that: defines what forms of subsidies are acceptable; establishes how to report the presence of subsidies throughout the aviation value chain; and provides safeguards against anti-competitive practices.

Even with such safeguards the impact of new entry on national carriers and the local labour force means that liberalization will sometimes be constrained and phased-in only gradually. On the other hand the benefits of competition from new entry may represent a clear overall benefit to the economy, at least in the short-term, in spite of impacts on incumbent airlines. There are two underlying issues: whether competition will continue to be enhanced over the long term, i.e. are the operations of the new entrants financially sustainability; and finding the right balance in labour standards that allow for some differences in regulatory regime while preventing an unreasonable erosion of labour standards through a race to the bottom. Regulatory convergence is the strongest guarantee of a level playing field but the consumer benefits of competition will drive liberalization ahead of convergence.

The presentation will discuss these issues with a view to enhancing the framework conditions for further liberalization.