

AÉROPORT METZ-NANCY-LORRAINE LA RECONQUÊTE



Rapport

Séance Plénière du 12 avril 2013



Ce rapport a été adopté en séance plénière du 12 avril 2013 à l'unanimité (deux abstentions).

Président du Groupe de Travail

Frantz EURLACHER
Vice-Président du CESE de Lorraine
Représentant le secteur des entreprises de transports et logistique

Coordination et suivi

Christine PEPPOLONI
Chargée de Mission

Membres du Groupe de Travail

Eric BALAUD
Claude BERTSCH
Philippe BURON-PILÂTRE
Raymond FRENOT
Bertrand GOSSELIN
Alain MISSOFFE
Bernadette MORIN
Patrice SANGLIER
Jean-Claude THOMAS

Remerciements

Remerciements à l'ensemble des personnes auditionnées (cf. annexe) et des contributeurs directs et indirects du rapport.

Préambule	Page 7
Synthèse des propositions	Page 8
Partie 1 - Présentation de la plateforme : comprendre d'où l'on vient pour savoir où l'on va	Page 11
1.1 - Bref rappel historique de l'aéroport MNL : l'aboutissement d'une décision de longue date	Page 13
1.2. - Les caractéristiques techniques de l'aéroport et de la zone aéroportuaire : points forts de l'équipement régional	Page 13
1.3 - Une localisation géographique entre atout et faiblesse	Page 14
1.4. - L'offre	Page 16
1.5. - Évolution et répartition du trafic	Page 18
1.6. - Activités et emplois	Page 23
1.7. - Éléments financiers	Page 24
Partie 2 - Perspectives : comprendre les évolutions pour adapter sa stratégie	Page 27
2.1. - Grandes évolutions sur le secteur aérien	Page 29
2.2. - Tourisme – aérien : des liens forts et des enjeux communs	Page 34
Partie 3 - Pistes pour un plan d'action stratégique : comprendre les stratégies de chacun pour les partager	Page 45
3.1. - Management des activités aéroportuaires et extra aéroportuaires	Page 47
3.2. - Stratégie et développement commercial voyageurs : vers un Business plan stratégique	Page 50
3.3. - Stratégie partenariale élargie : économie du tourisme, transport aérien et territoire : développer les leviers d'une croissance partagée	Page 57
3.4. - Réflexion sur la stratégie en matière de fret	Page 63
Annexes et glossaire	Page 69

Préambule

Le contexte et l'objectif de la démarche

La Région Lorraine est la première Région propriétaire d'un aéroport régional « Metz-Nancy-Lorraine ». Elle en a délégué la gestion pendant 20 ans au **GIGAL** (groupement inter consulaire de gestion de l'aéroport de Lorraine). Le 1er novembre 2011, elle décide de reprendre la main en créant un établissement public à caractère industriel et commercial, dénommé **EPMNL**, chargé de la gestion et du développement de l'aéroport Metz-Nancy Lorraine et de la Zone Aéroportuaire.

Dès cette annonce, le Conseil Économique, Social et Environnemental de Lorraine a souhaité mettre en place un groupe de travail afin de **contribuer à la réflexion sur l'identification des leviers de développement stratégique** de ce formidable outil d'attractivité régionale.

La démarche du groupe s'est fondée sur un travail de diagnostic, de veille stratégique et des auditions des trois aéroports régionaux ainsi que d'autres aéroports de taille ou de situation comparable en France, afin d'analyser les expériences et projets de chacun.

L'analyse a cherché à mettre en évidence **les atouts et opportunités** dont dispose l'aéroport EPMNL : l'infrastructure et les équipements, l'ouverture H24. Elle a également relevé **les faiblesses et menaces** susceptibles de limiter son essor : densité de la concurrence dans le Grand Est et la Grande Région, et en particulier une forte présence d'offres Low Cost.

Les scores historiques de trafics voyageurs et fret donnent une indication du potentiel de la plateforme et du seuil d'équilibre du compte d'exploitation : 350 000 passagers commerciaux (Pax), 5ème rang des aéroports de province pour le fret (20 000 tonnes).

Tout au long de la démarche d'étude, le groupe a pris en compte **les enjeux économiques, sociaux et environnementaux** pour définir l'ambition du redéploiement de l'aéroport.

C'est de cette approche que découle la finalité de **la mission de « reconquête »** : renouer avec les niveaux de trafics atteints avant l'arrivée du TGV Est et le départ des deux opérateurs fret.

Il n'est donc pas ici question de proposer d'investir massivement dans la plateforme pour tenter de concurrencer « Beauvais » ou « Charleroi », mais bien de **dimensionner l'infrastructure et les services à cette stratégie de « reconquête »**. Des investissements d'optimisation de l'existant seront en revanche nécessaires pour maintenir l'équipement attractif et compétitif en termes de qualité et d'offre tarifaire.

Parmi les pistes proposées par le rapport, des leviers relèvent des **stratégies marketing** et des relations commerciales à activer, d'autres portent davantage sur **la gouvernance et les partenariats** à rechercher avec les acteurs du secteur de l'aérien et du tourisme, au sens large.

Ce qui apparaît clairement comme une urgence et une clé de la réussite de cette reconquête, repose aujourd'hui dans l'affirmation de la **double vocation régionale et métropolitaine de cette « Porte d'entrée aérienne »** sur la Lorraine et ses territoires.

C'est à partir de cette vocation que pourront être actionnées **les synergies**, fonctionnelles et stratégiques, avec les autres plateformes régionales **Grand Nancy Aéroport® et Vosges Aéroport** d'un côté, et avec **Luxembourg Airport**, de l'autre.

Gouvernance et Management

- **Affirmer** une volonté politique forte pour repositionner EPMNL dans une double vocation régionale et métropolitaine et intégrer les acteurs privés à la gouvernance ;
- **Mettre en place** une stratégie marketing et renforcer la compétitivité de la plateforme (recettes extra-aéroportuaires) et de la Zone aéroportuaire (activité de maintenance, logistique) : définir l'ambition et s'en donner les moyens ;
- **Développer** des synergies fonctionnelles (formation, certification, groupement d'achats), voire stratégiques, avec Grand Nancy Aéroport® et Vosges Aéroport.

Stratégie voyageurs

Analyser les différents segments de marché potentiels pour développer une offre adaptée

Tourisme « agrément »

- Potentiel Offre « packagée » (vol + hôtel) plutôt saisonnière
- Développer une politique plus offensive de communication et d'intéressement commercial des Tours Opérateurs (lancement des catalogues plus tôt que les concurrents proches, campagnes de vente, concours etc.)

Tourisme « affinitaire »

- Potentiel Offre « vols secs » à tarif attractif

Tourisme « Affaires »

- Potentiel mixte pour compléter les vols sur les destinations communes avec les autres segments
- Renforcer les liens avec les réseaux d'affaires

S'entourer des meilleures compétences (juridiques et commerciales) pour garantir les meilleures conditions des négociations avec les compagnies aériennes

Stratégie partenariale élargie : tourisme-aérien-territoire

- **Placer** le concept de management de destination au cœur de la stratégie
- **Regroupement** des acteurs autour de la création d'une « marque » pour assurer une prospection, promotion et commercialisation commune
- **Développer** l'approche marketing globale et partagée : concevoir une offre de "produits" lorrains et associer tous les acteurs en amont et en aval de l'accueil touristique
- **Développer** une culture d'ambassadeurs de la région en mobilisant les réseaux sociaux

Stratégie FRET / Une démarche proactive pour le redéveloppement d'activité

- **Réactiver et valoriser l'offre de service** : sécurisation des colis, fiabilité des avions, communiquer auprès des opérateurs lorrains pour les sensibiliser (et ensuite les inciter à « jouer le jeu»)
- **Étudier le potentiel fret avionné des opérateurs présents et potentiels en Lorraine**
 - o Rencontrer les transitaires et des transporteurs fret implantés en Lorraine (potentiel de report vers MNL du fret aérien lorrain assuré par les aéroports français et voisins)
 - o Étudier le potentiel du projet ITEC Terra Lorraine
- **Développer des partenariats avec les aéroports en misant sur le H24 (ADP et LuxAirport)**
- **Étudier le potentiel de développement de nouveaux services logistique** :
 - o Offre de manutention spécialisée (« Handling ») dans le préacheminement vers des grandes plateformes (LuxAirport /Orly) sur le modèle de Strasbourg
- **Se positionner dès maintenant pour anticiper le potentiel de développement à moyen-long terme : fret express, intermodalité air-fer**

PRÉSENTATION DE LA PLATEFORME

Comprendre d'où l'on vient
pour savoir où l'on va

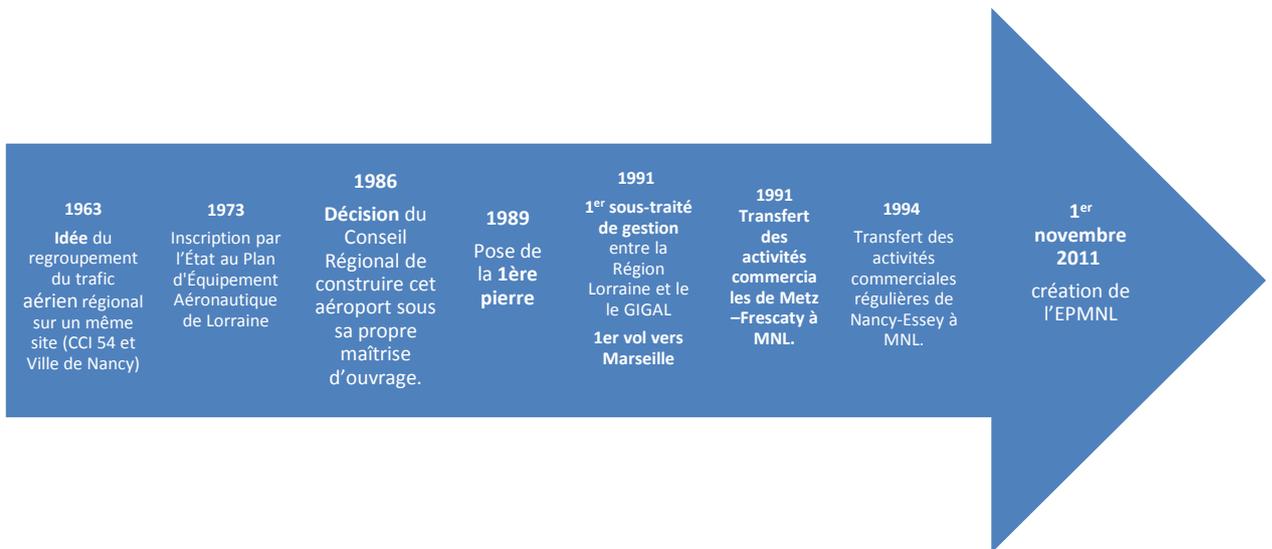


PARTIE 1

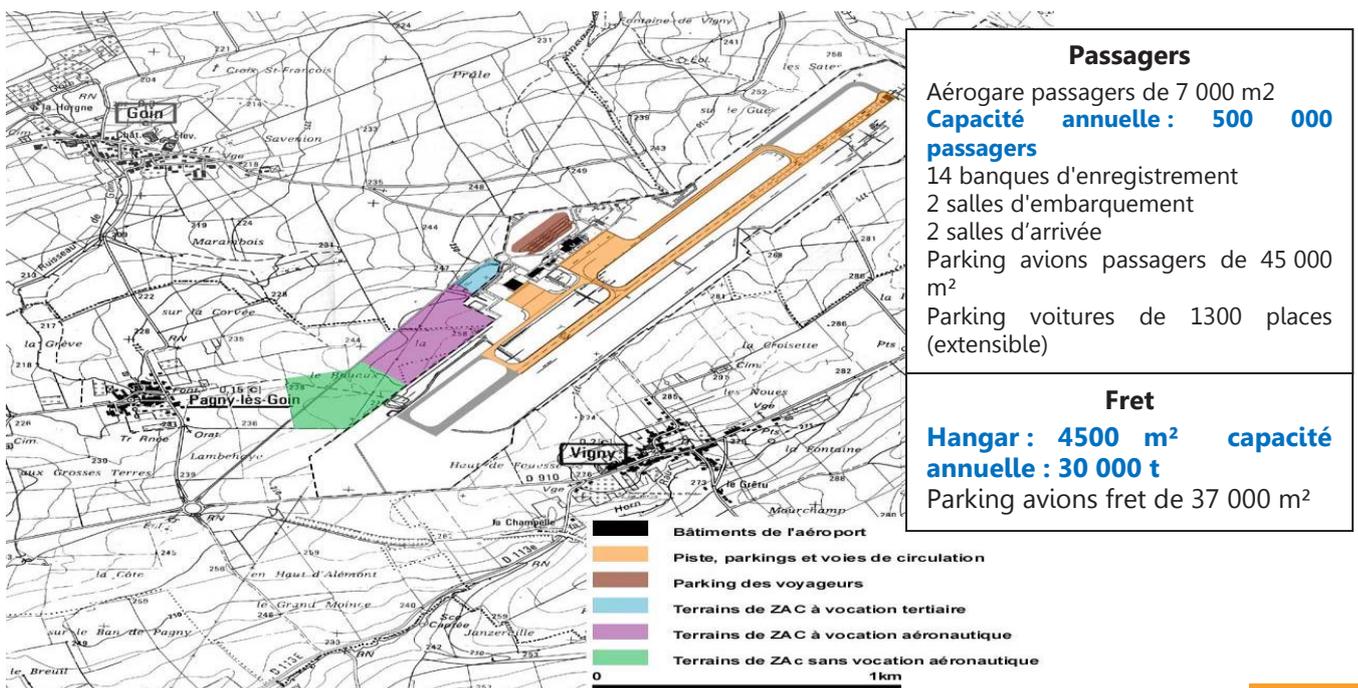
1.1. Bref rappel historique de l'aéroport MNL : à l'origine du projet, la volonté de regroupement des trafics commerciaux régionaux sur un seul site

La gestion de l'aéroport a été sous-traitée par le Conseil Régional de Lorraine au Groupement Interconsulaire de Gestion de l'Aéroport de Lorraine

(GIGAL) de 1991 à 2011. Le 1er novembre 2011, le Conseil Régional de Lorraine crée un établissement public à caractère industriel et commercial, dénommé EPMNL, pour reprendre en régie personnalisée la gestion de l'aéroport Metz-Nancy Lorraine et de la Zone Aéroportuaire. Cette décision faisait suite à l'échec des négociations avec SNC Lavalin, candidat unique à la procédure de la Délégation de Service Public (DSP) pour la période 2012-2024.

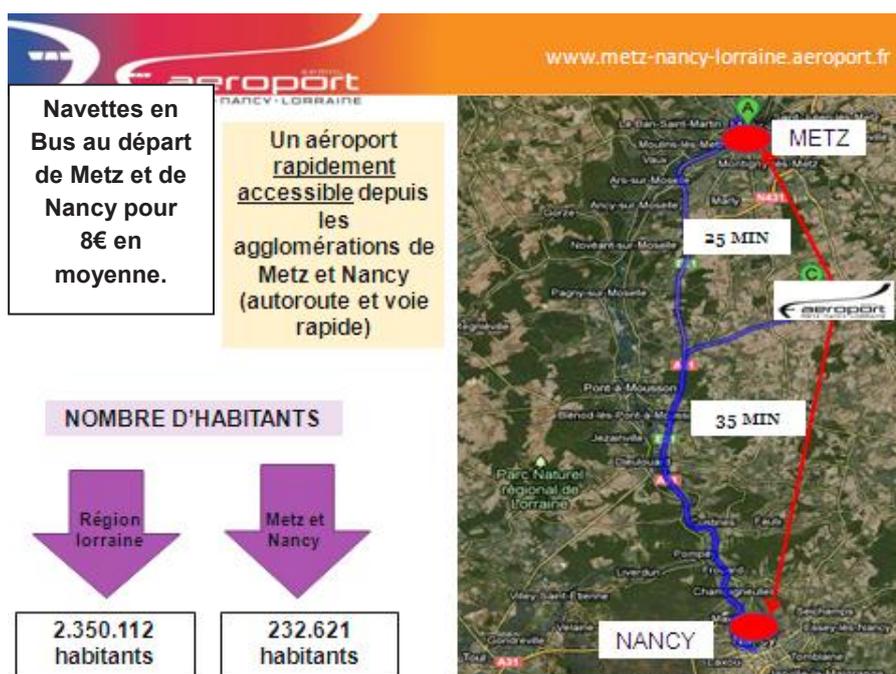
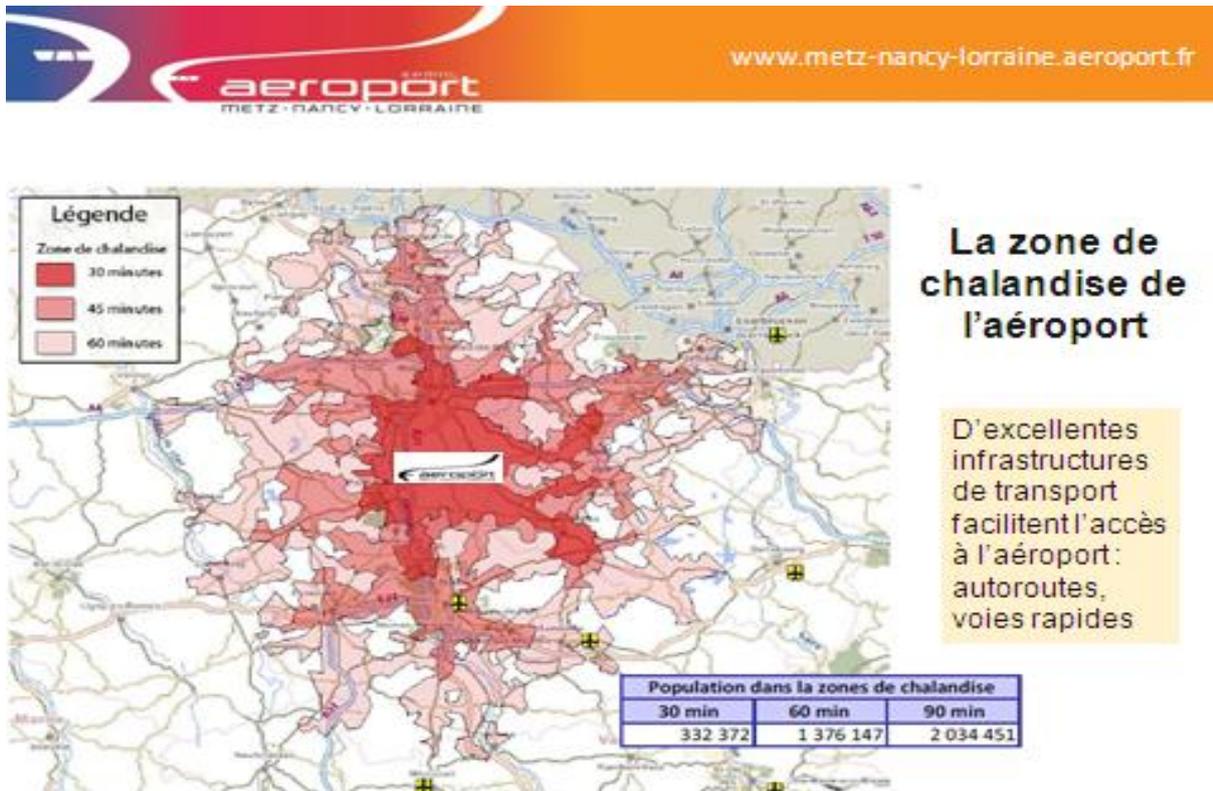


1.2. Les caractéristiques techniques de l'aéroport et de la zone aéroportuaire : points forts de l'équipement régional



1.3. Une localisation géographique entre atout et faiblesse

Atout : une zone de chalandise importante et une bonne accessibilité



Faiblesse : Une zone de concentration de la concurrence

Plus de 10 aéroports sont recensés dans les environs plus ou moins proches de la plateforme EPMNL, dont la moitié de taille supérieure et à vocation internationale et la totalité avec une offre Low Cost qui continue de se développer à grand pas : Luxembourg

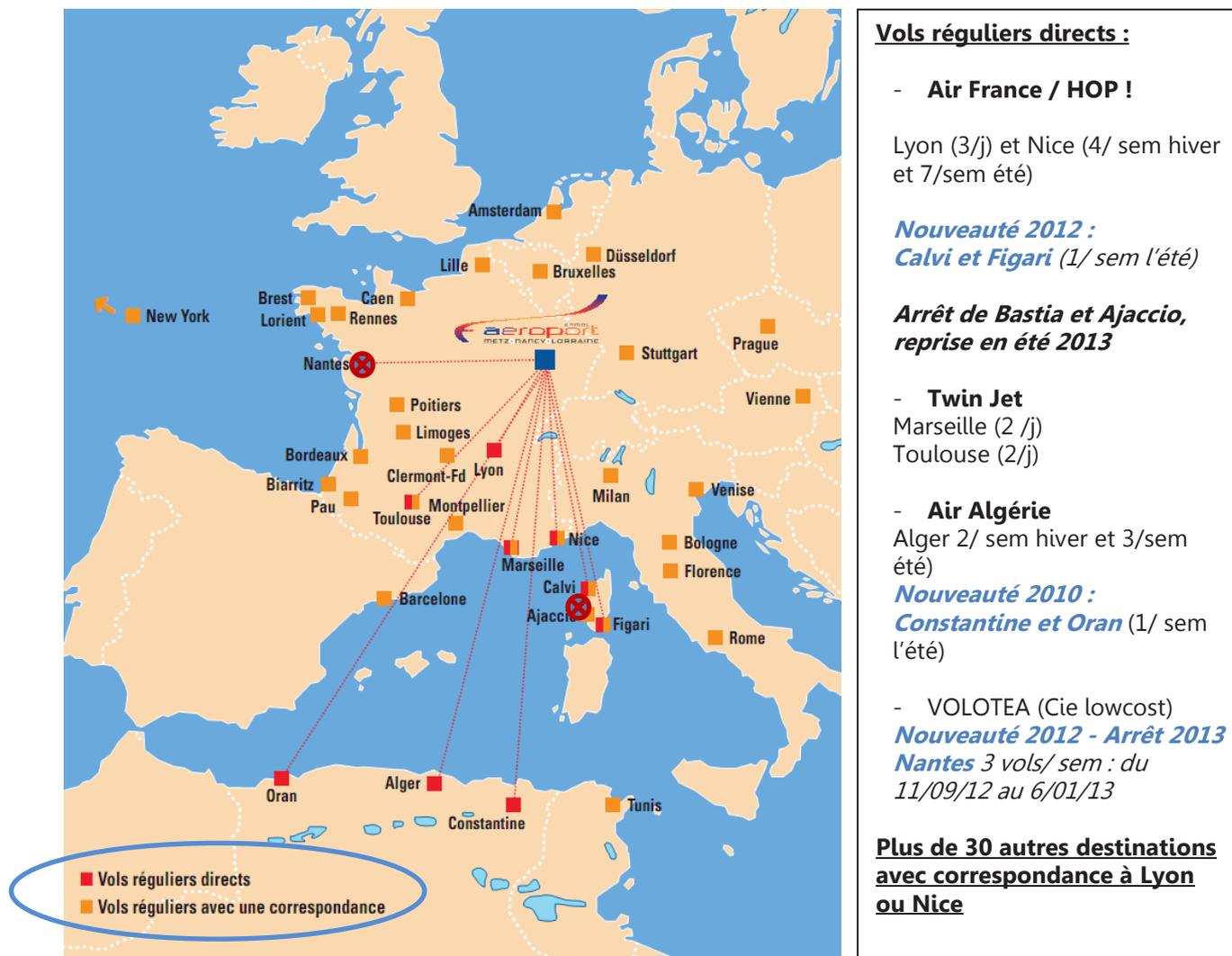
Findel, Sarrebruck et Zweibrücken, Vatry, Strasbourg, Bâle-Mulhouse, Frankfurt-Hahn, Charleroi,...

Cette concurrence s'opère directement à travers l'offre de destination des compagnies mais également par des intermédiaires comme les Tours Opérateurs. Les Français, dont une grande part de Lorrains, sont par exemple, les 1ers clients de l'aéroport de Luxembourg.



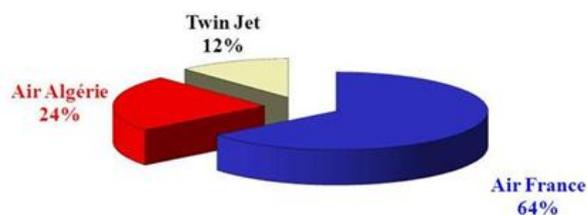
1.4. L'offre

1.4.1. Destinations proposées en 2012 : de nouvelles offres régulières et vacances



L'offre de vols réguliers toujours dominée par Air France qui assure 64% des vols réguliers, suivi d'Air Algérie (24%) et de Twin Jet (12%)

Compagnies Vols réguliers 2011

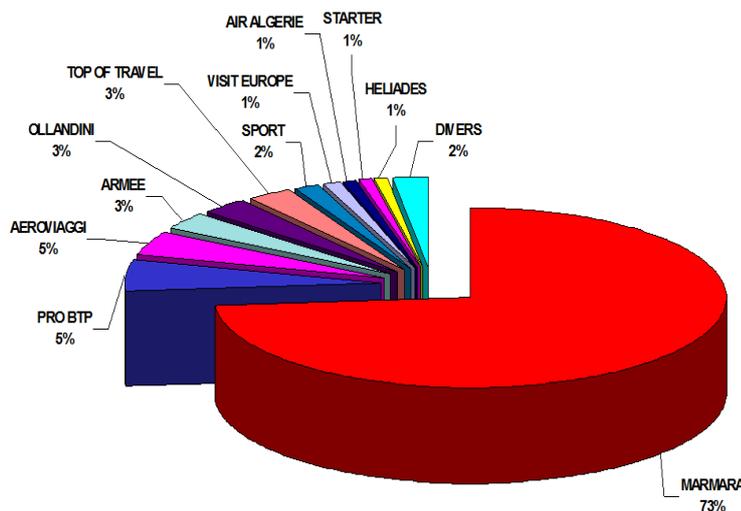


Vols Vacances Eté 2012



L'offre de vols vacances est principalement proposée par le Tour opérateur Marmara qui confirme son implantation historique sur les vols vacances

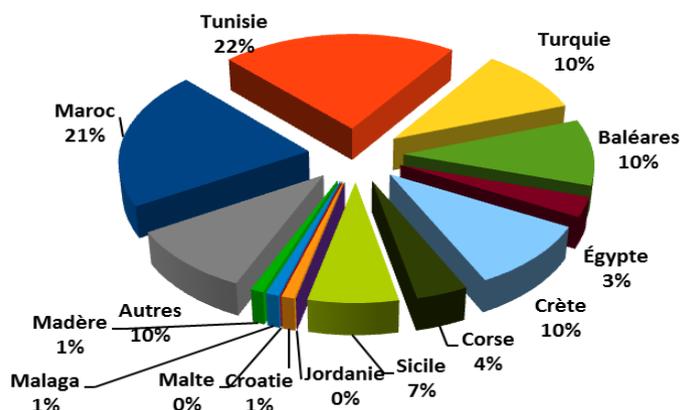
En 2011, Marmara propose 9 vols hebdomadaires en période estivale et trois vols hebdomadaires en période hivernale. Avec un taux de remplissage de plus de 90%, il va poursuivre son développement en 2012 avec l'ajout deux nouvelles destinations estivales (Olbia en Sardaigne et Taba en Égypte) et le doublement de la capacité en sièges sur Rhodes.



De nombreux vols ponctuels sont organisés tout au long de l'année par d'autres Tour-Opérateurs : Maroc, Tunisie, Turquie, les Baléares, Croatie, Madère, Malte, Jordanie, Islande, Irlande, Laponie, le Cap Vert, les Antilles...

Installé depuis 1998, le tour opérateur Marmara représente 73% de la clientèle des vols vacances en 2011. 78% en 2012

Destinations des vols vacances en 2011

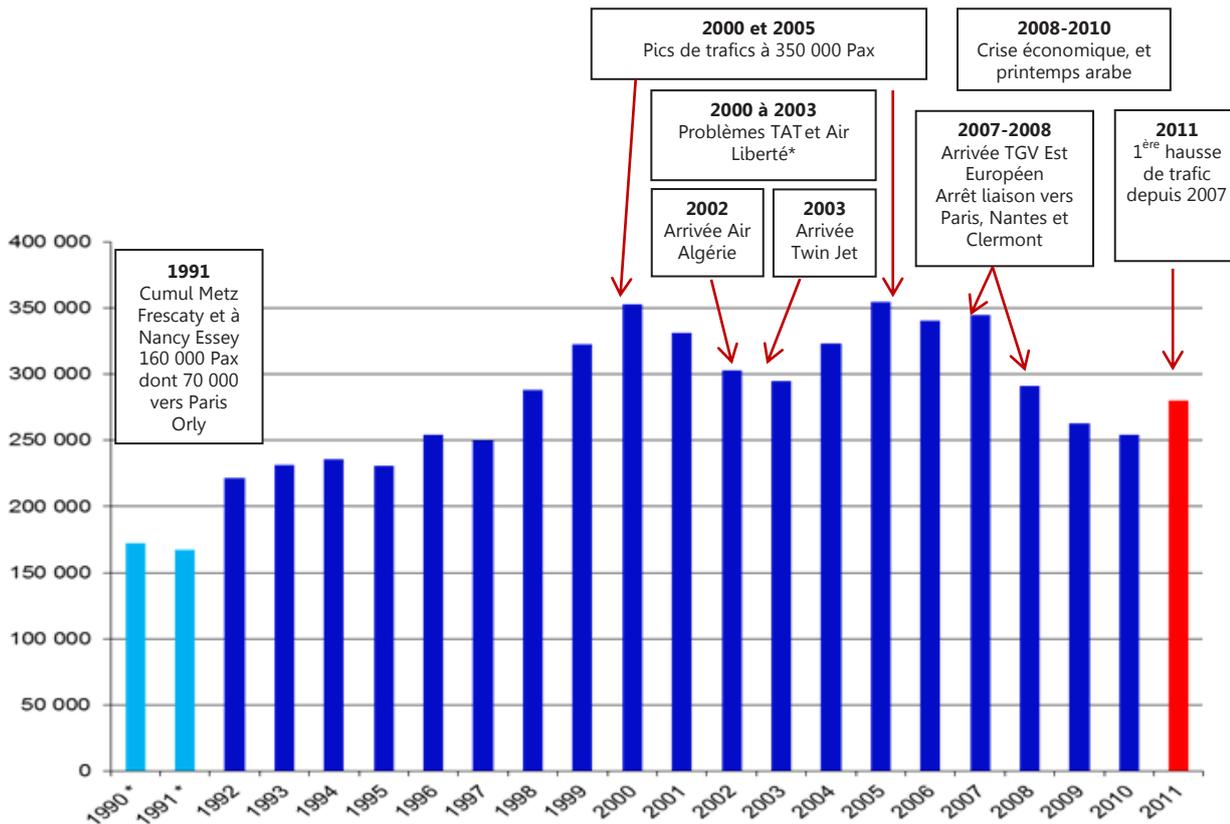


Les 1ères destinations d'été Maroc, Tunisie, Turquie, Baléares

1.5. Évolution et répartition du trafic

1.5.1. Retour sur les grandes étapes de l'activité depuis la création de l'aéroport

Les traits marquants de l'évolution de l'offre et du trafic passagers



* vente et disparition progressive de TAT, qui assurait à l'époque la quasi-totalité des vols réguliers (vente à British Airways, regroupement avec Air Liberté, revente à Swissair; dépôt de bilan, naissance d'Air Lib, puis nouveau dépôt de bilan et arrêt complet des vols le 5 février 2003)

Après une période de croissance régulière, l'activité de l'aéroport connaît des fluctuations à la hausse et à la baisse liées aux aléas des compagnies aériennes, à la crise économique mondiale ou encore, plus récemment, aux événements du printemps arabe.

L'activité vols réguliers de l'aéroport a surtout été modifiée de façon structurelle depuis la mise en service du TGV Est Européen en juin 2007.

Alors que **Paris était la 1ère destination jusqu'en 2006, avec 72 000 passagers, soit 21% du trafic, Lyon prend sa place dès 2007. En 2010, nouvelle évolution, Alger est 2ème et passe devant Nice.**

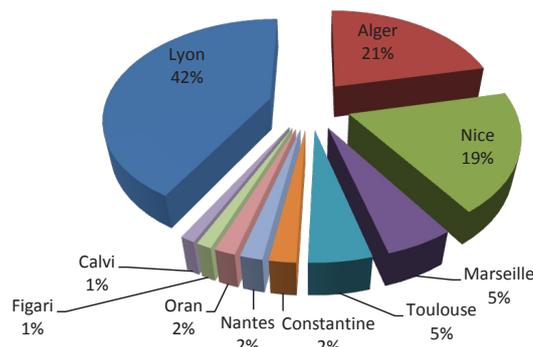
Malgré des nouveaux positionnements réussis, les gains de trafics ne compensent pas les pertes de la desserte vers la capitale.

Les arrêts des dessertes concurrencées par le TGV Est Européen ont été effectués par anticipation (Paris: arrêtée en juin 2007) ou en réaction aux pertes de parts de marché constatées :

Liaison Lorraine - Nantes : - 30% au second semestre 2007 (3h50 par TGV, 1h20 en avion)

Liaison Lorraine - Clermont : -40%.

Destinations des vols réguliers en 2012



Le match TGV – aérien perdu d'avance ?

Part de marché du TGV par rapport à l'aérien :

Paris-Strasbourg : 87% (+5)

Strasbourg-Bordeaux : 50% (contre 17% en 2008)

Paris-Stuttgart : 52% (+6)

Paris-Luxembourg : 86% (+4)

Source : les Affiches-Moniteur 10/13 août 2010 et RL 16/06/10)

Des solutions intermodalité fer-air ? Pour la liaison Strasbourg – Roissy, Air France a développé en partenariat avec la SNCF une offre de 4 dessertes journalières en TGV en remplacement de l'avion.

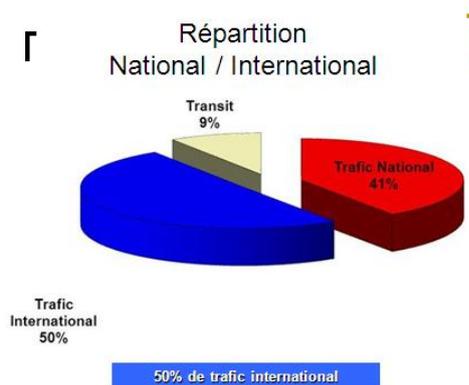
Un combat inégal pour l'avion sur les dessertes TGV moins de 3h

	route	avion	train
Évolution trafics 2006-2008 Relations vers Paris	- 15 % à - 20 % (exception Reims + 30 %)	- Strasbourg : - 66 % (arrêt de la liaison Air France en déc. 2012) - Bâle-Mulhouse : -39 % Arrêt Metz-Nancy-Lorraine dès 2007	+ 30 % en moyenne + 120 % à Strasbourg
Répartition modale Lorraine	40%	0	60%
Répartition modale Champagne-Ardenne	70%	0	30%
Répartition Alsace			
Bas-Rhin	12%	11%	77%
Haut-Rhin	24%	39%	37%

Source : Observatoire TGV Est Européenne et Rapport Cour des Comptes d'Alsace

Des nuances selon les marchés – destinations : Le contre-exemple de Lyon St Exupéry ?

Après le lancement de la ligne LGV Paris-Lyon en 1981, l'aéroport a d'abord perdu des parts de marché puis dans un 2nd temps le trafic s'est reconstitué et maintenu. La concurrence avec le TGV a eu un impact sur la répartition du marché existant mais a également contribué à l'élargir. La stratégie d'Air France de transférer le HUB de Clermont-Ferrand sur Lyon a également été un facteur décisif pour faire de Lyon une des plus grandes plateformes après Paris, à l'instar de Nice, Marseille et Toulouse.



La nouvelle structuration de l'offre a deux autres corollaires :

- Le poids des **vols vacances** s'est accru de 6 points entre 2006 et 2011 passant de 35% à 41% du trafic total.
- Les **vols internationaux** représentaient 50 % du trafic global en 2010.

Les tendances récentes

L'année 2011 renoue avec la croissance pour la première fois depuis 2007 avec une hausse de 10% de la fréquentation, poussée par les vols réguliers (12%). L'aéroport se rapproche à nouveau des 280 000 passagers, soit le niveau d'avant crise et hors liaison vers Paris (350 000 – 70 000).

En 2012, les deux principales activités sont en hausse: +0.9% pour les vols réguliers et +4.2% pour les vols vacances. Le trafic total enregistre une légère baisse principalement liée aux vols en transit (année précédente exceptionnelle +53%).

En moyenne annuelle depuis 2009, les vols réguliers progressent davantage que les vols vacances: +3.5% contre +0.2%.

Depuis 2010, le peloton de tête des destinations régulières est inchangé : Lyon, Alger et Nice.

Les destinations récentes semblent rencontrer un public, à confirmer sur les prochaines années : l'Algérie avec Constantine, depuis 2010, et Oran en

2012 (qui récupère une part des vols vers Alger), la Corse ensuite avec Calvi et Figari. En revanche, l'expérience vers Nantes n'a pas atteint le niveau de fréquentation suffisant pour le modèle économique de la compagnie à bas coûts Volotea (75% par vol).

Sur les liaisons plus anciennes seule Nice continue de progresser, alors que Lyon, Marseille et Toulouse sont en difficultés. Il sera intéressant de mesurer l'impact de la nouvelle stratégie d'Air France sur ses lignes régionales avec la marque HOP !.

Sur les vols vacances, le Maghreb repart à la hausse après les événements du printemps arabe: +21 % vers le Maroc, +18 % vers la Tunisie. Les destinations insulaires ont également eu du succès, la Sardaigne, notamment.

Les tendances nationales montrent de grandes variations limitant les comparaisons

Les statistiques nationales indiquent une situation très contrastée entre les plateformes régionales selon leur taille (de plus ou moins de 1.5 M de passagers- Pax) mais également au sein des mêmes catégories (dédié Low Cost, mixte etc.).

Les bonnes progressions 2011 (+6.3% en moyenne, +7.3 % en moyenne européenne) et 2012 (+2.7% en France, 1.8% en moyenne européenne) doivent être relativisées du fait des années 2009 et 2010 marquées par la crise et les événements exceptionnels : le niveau de trafic 2011 se rapproche de celui d'avant la crise et le dépasse légèrement (163.6 millions de Pax).

Les évolutions par destination entre 2009 et 2012

	Nombre de passagers				évolution 2012/2011	évolution 2011/2010	TCAM 2012-2009
	2009	2010	2011	2012			
Lignes régulières	120 939	123 036	137 656	138 963	0,9%	11,9%	3,5%
Lyon	53 987	53 619	61 400	58 031	-5,5%	14,5%	1,8%
Alger	24 414	26 762	29 880	29 857	-0,1%	11,7%	5,2%
Nice	24 813	21 660	24 052	26 213	9,0%	11,0%	1,4%
Marseille	8 489	8 275	8 449	7 338	-13,1%	2,1%	-3,6%
Toulouse	7 892	7 878	8 046	6 776	-15,8%	2,1%	-3,7%
Constantine		2 395	2 652	2 843	7,2%	10,7%	
Nantes				2 407			
Oran				2 255			
Figari				1 659			
Calvi				1 584			
Ajaccio	1 344	1 566	2 301		-100,0%	46,9%	
Bastia		881	876		-100,0%	-0,6%	
Vols vacances / charters	119 017	113 612	115 043	119 857	4,2%	1,3%	0,2%
Total vols réguliers + vacances	239 956	236 648	252 699	258 820	2,4%	6,8%	1,9%
Déroutements	120	277	274	157	-42,7%	-1,1%	6,9%
Commerciaux non réguliers	459	563	499	421	-15,6%	-11,4%	-2,1%
Passagers en transit	22 485	16 716	25 558	18 382	-28,1%	52,9%	-4,9%
Total passagers commerciaux	263 020	254 204	279 030	277 780	-0,4%	9,8%	1,4%

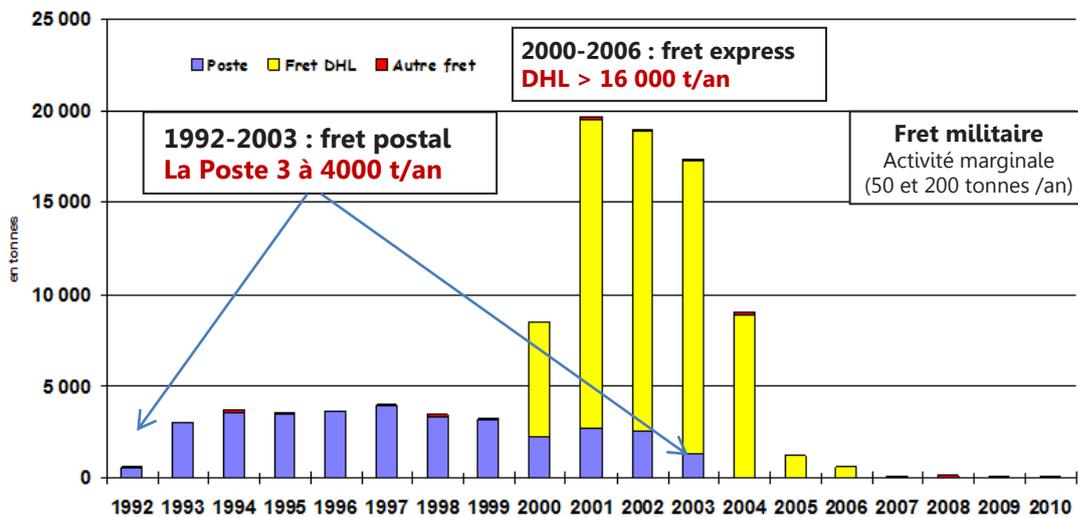
TCAM : taux de croissance annuel moyen

Bilan des signes positifs et négatifs de 2012 :
les nouvelles destinations fonctionnent à l'exception de la liaison vers Nantes



-  Indicateurs au vert pour les liaisons vers l'Algérie et la Sardaigne
-  Hausse du trafic charter vers le Maroc et la Tunisie
-  Baisse du trafic sur Marseille, Lyon, Toulouse
-  Une nouvelle liaison low-cost vers Bordeaux ? Celle vers Nantes aura duré 3 mois.

1.5.2. La disparition successive des deux opérateurs de Fret



L'activité fret de l'aéroport Metz Nancy Lorraine a été principalement orientée vers le fret express (vols nocturnes) développée principalement par deux opérateurs : La Poste et DHL.

Après leur départ successif, l'activité fret s'est effondrée et ne s'est jamais redéveloppée : avec 69,6 tonnes transportées en 2010, l'activité est quasi inexistante pour **un aéroport de cette capacité et de cette catégorie, ouvert H24.**

Des décisions et des restructurations indépendantes de la stratégie de l'aéroport

La Poste

Les vols (Boeing 737) entre Metz Nancy Lorraine et Roissy (principale plate-forme de tri de La Poste) se déroulaient entre 22h et 3h du matin. Contrainte par le gouvernement de réduire de 25% son nombre de vols nocturnes à Roissy, afin de limiter les nuisances sonores, **La Poste a transféré sur route du fret avionné en provenance des aéroports les plus proches de Paris.** Parmi eux, figuraient Metz-Nancy-Lorraine, Nantes, Poitiers, Mulhouse... Depuis 2003, le courrier lorrain est toujours acheminé chaque nuit vers Roissy, mais par camions.

DHL

Pour faire face à une croissance soutenue autour de 20% de 1990 – 2000, la société DHL implante son nouveau hub européen à Metz Nancy Lorraine en 2000 (hub principal de Bruxelles et hub de Cologne). **Le site employait 130 salariés.** Cinq avions connectant la Lorraine aux principaux autres hubs européens de DHL faisaient escale deux fois par nuit en Lorraine. Lorsque la **Deutsche Post rachète DHL en 2001-2002**, une nouvelle stratégie de développement est mise en place. **L'activité de tri pour l'ensemble de l'Europe du Nord est regroupée sur l'aéroport de Leipzig** disposant de deux pistes parallèles indépendantes permettant d'accueillir l'ensemble des mouvements prévus à terme. Progressivement l'activité des anciens hubs de DHL y fut transférée : celle de Metz Nancy Lorraine fut stoppée fin juillet 2004 et DHL quitta totalement la plate-forme fin juillet 2006.

1.6. Activités et emplois

1.6.1. Activités aéroportuaires et extra aéroportuaires

L'activité aérienne de Metz Nancy Lorraine génère environ **200 emplois directs et indirects** (services de l'État, compagnies aériennes, Tours opérateurs, taxis, navettes, sociétés de nettoyage, de maintenance...).

Activités aéroportuaires

- EPMNL : 80 salariés
- Pompiers : Service S.S.L.I.A.
- ASTRIAM : prestataire assurant la sûreté
- Opérateurs aériens : Air France / HOP ! (Airlinair, Régional), Twin Jet, Air Algérie, compagnies charter, tours opérateurs, agences de voyage
- Aviation civile État : 42
- Brigade de gendarmerie aéronautique : 10 emplois

Activités extra aéroportuaires

- Bar Brasserie Cafétéria « Le Mirabelle » et Restaurant panoramique (self-service) avec vue panoramiques sur les pistes

Nouveauté : pour pallier aux problèmes des horaires d'ouverture des services de restaurations, des distributeurs automatiques ont été installés dans les salles d'embarquement

- Location salles de réunion / Bureaux /postes et consommation téléphoniques
- Location de voitures
- Infirmerie – Nurserie

Taxis

Parking : Le coût du stationnement est offert pour tout forfait vacances.

1.6.2. Activités installées dans la zone aéroportuaire

L'ensemble des activités implantées sur la zone représente environ **480 emplois** :

- Centre de traitement du courrier de La Poste
- Institut soudure : activités de recherche sur un nouveau procédé de soudure des alliages d'aluminium, procédé qui pourrait notamment conduire dans le domaine de la construction aéronautique à la suppression des rivets sur les avions
- Carlson (agence de voyage) : direction régionale Lorraine Alsace
- Lor'N'Air : école de pilotage, formations sur simulateur ou sur avion
- Héli Air Design (ex hangar DHL) : Construction hélicoptère biplace en kit HAD I-T
- Autres entreprises : Axcias (expert e-achat), Acca métal ...

1.7. Éléments financiers

1.7.1. Investissement

Construction de l'aéroport (1989-90)

Coût total du projet : 390 MF

Répartition du financement :

- État : 35 % du TTC
- Union Européenne (FEDER) : 18 % du TTC
- Département Meurthe et Moselle : 7 % du HT
- District Urbain de Nancy : 3 % du HT
- Ville de Metz : 3 % du HT
- Région : environ 35 %

Les autres principaux aménagements réalisés sur l'infrastructure avant la création de l'EPMNL

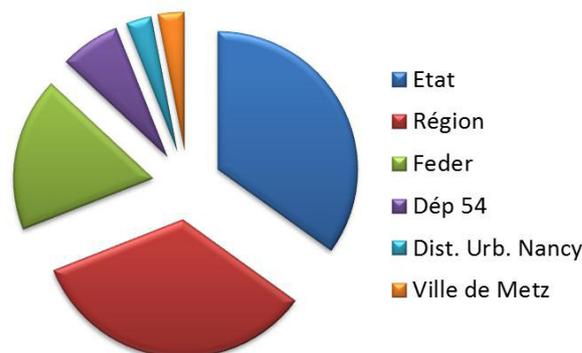
- Aérogare Fret réalisée en 1999
- Programme d'investissements lourds de 28 M€ sur 2000-2010 comprenant du GER et entre autres les aménagements suivants :
 - o Allongement de la piste : travaux d'extension de 2500 m à 3050 m (2006)
 - o Travaux de réfection du taxiway sud
 - o Travaux de l'aérogare (verrière)

Un programme d'investissements de l'EPMNL axé sur la rénovation de l'infrastructure et le renouvellement des biens d'exploitation

Une convention pluriannuelle d'investissements a été signée entre le Conseil Régional de Lorraine (CRL) et l'EPMNL sur la période 2012-2015.

Cette convention prévoit :

- **Une description des investissements sur trois volets** : renouvellement des biens d'exploitation, acquisition de biens d'exploitation et remise en état et/ou mise en conformité des bâtiments, et infrastructures.
- **Une participation du CRL au financement de ces investissements à hauteur de 7,6 millions € sur un total de 8,5 M€ (l'EPMNL prend à sa charge 946 k€)**



- **Une convention d'application annuelle : pour 2012, 1,6 M€, et 2 M€ les années suivantes.**

Le détail du programme d'investissements figure en annexe.

Un peu plus de la moitié des montants correspond au volet mise en conformité de l'équipement avec les exigences réglementaires définies par la DGAC (Direction Générale de l'Aviation Civile), l'AESA (L'Agence Européenne de la Sécurité Aérienne) et le Grenelle de l'environnement.

Les grands projets inscrits pour 2013 :

- désireuse (415 000 €)
- tracteurs de piste (70 000 €)
- tapis de bagages motorisé (200 000 €)
- escabeau autotracteur complémentaire (415 000 €)
- chariot d'assistance (40 000 €)
- convoyeur intérieur avions (230 000 €)
- réfection et extension des chaussées aéroportuaires (60 000 €)
- rénovation et restructuration de l'aérogare (15 000 €)
- travaux liés à des mises aux normes sureté / sécurité (255 000 €)
- remise à niveau des bâtiments d'exploitation (200 000 €)
- remise en état de la charpente tridimensionnelle de l'aérogare (40 000 €)
- parking VL et traitement des accès devant l'aérogare (60 000 €)

1.7.2. Exploitation – fonctionnement

Les dotations financières et en nature versées à la création de l'EPMNL

- financière : 2 millions d'euros
- en nature : 13.5 ha des terrains non bâtis de l'ancienne zone d'aménagement concerté (ZAC). Cette ZAC a été transformée en Zone Aéroportuaire, afin d'élargir le champ des activités pouvant s'y installer.

Un budget global de l'ordre de 8 millions d'euros dont des compensations pour sujétion de service publique imposé par la Région (gratuité parking) :

- 1.1 M€ TTC pour le budget 2012
- 1.5 M€ TTC pour le budget 2013, soit une augmentation de 33%.

Bref retour sur les liens entre résultats financiers et compensations publiques :

Le « petit équilibre » atteint à 350 000 Pax sous la gestion du GIGAL

Avant la construction de l'aéroport Metz Nancy Lorraine, Nancy Essey bénéficiait d'une aide de 2,1 MF et Metz Frescaty de 1,9 MF, soit un financement public de l'ordre de 610 K€.

Les aides apportées par la Région et les deux CCI ont varié en fonction des résultats financiers de l'aéroport:

- Les années les plus difficiles : au démarrage (maximum d'aide en 1994 avec 10,7 MF, soit 1,63 M€) et après le départ de DHL, l'arrivée du TGV Est, la crise : aides versées à partir de 2006, une compensation pour sujétion de service public (gratuité parking passagers charters) de 600 K€ versée en 2009 et en 2010, soit 2 € par passagers (254 000).
- Les meilleures années : aucune aide versée sur les années excédentaires de 2001 à 2005 (année record en 2003 un bénéfice avant impôts de 544 K€).

Ce niveau est relativement bas en comparaison avec le seuil d'équilibre relevé au plan national à 800 000 passagers/an, d'après le rapport de la Cour des Comptes en 2008. En-deçà de ce seuil, tous les aéroports sont déficitaires et nécessitent des aides publiques. De son côté, l'Union européenne autorise l'attribution d'aides publiques aux aéroports de moins d'un million de passagers (lignes directrices communautaires sur le financement des aéroports publiées en 2005).

Extraits du rapport publié par la Cour des Comptes en juillet 2008 et intitulé « Les aéroports français face aux mutations du transport aérien »

Sur la période 2001-2006, les grands aéroports régionaux contrôlés ainsi que les aéroports disposant d'un trafic supérieur à 800 000 passagers parviennent à dégager un excédent brut d'exploitation... Les autres aéroports examinés se situent en dessous du seuil de trafic qui, empiriquement, a permis aux plus grandes plates-formes de parvenir à un excédent brut d'exploitation positif. Quasiment aucun de ces aéroports, désormais tous décentralisés, ne parvient à dégager un excédent brut d'exploitation positif, hors subventions de toutes natures (...).

Certains aéroports bénéficient de subventions d'exploitation dont les montants par passager sont importants. Dans plusieurs cas, les subventions d'exploitation ont représenté chaque année des montants supérieurs à 100 € par passager en moyenne entre 2000 et 2006 (...).

PERSPECTIVES

COMPRENDRE LES ÉVOLUTIONS POUR ADAPTER SA STRATÉGIE



PARTIE 2

2.1. Grandes évolutions sur le secteur aérien

2.1.1. Les tendances et les projections pour le trafic français et mondial : une tendance à la hausse moins forte mais continue

Jusqu'à aujourd'hui, le trafic aérien a doublé tous les quinze ans (108 millions Pax en 1960, 2.9 milliards en 2012). Une croissance de 1 point de PIB équivaut à une hausse de 1.5 point dans le trafic aérien.

D'après les données de l'IATA (84% du trafic mondial), le trafic aérien mondial continue de progresser mais marque un ralentissement en 2012 (+5.3 %) et en 2011 (+5.9%) par rapport à 2010 (+ 8,7 %).

Environ 2,8 milliards de passagers voyagent sur les autoroutes du ciel. Le coefficient d'occupation atteint un niveau record avec 79.1%.

Les statistiques plus détaillées d'ID Aéro indiquent que le marché est divisé en deux : les marchés «neufs» (Chine en tête) qui tirent la croissance avec + 9,6%, et les marchés « matures » (Europe, USA), qui affichent un timide + 2,4%.

L'Europe reste dans la moyenne avec 5,5 % de hausse, mais avec une nouveauté ou surprise de taille, à voir si elle se vérifie les prochaines années : **le score des compagnies « classiques » est supérieur à celui des Low Cost : +6,1% contre 3,6%.**

En France, après la crise des années 2009-2010 et le rebond de 2011 (+6,3 %), la hausse se contracte en 2012 (+2,7%). La reprise est inégale, la situation étant contrastée selon les régions et les compagnies: Aéroports de Paris affiche une pâle croissance de +0.8%, alors que les aéroports de province affichent un score de +6.1% et ceux d'Outre-mer une perte de - 2,4% (données de l'UAF). Le marché français reste toujours très centralisé : Aéroports de Paris (ADP) concentre encore 53% des trafics passagers et 80% du fret.

Sur une longue période, les trafics ont été multipliés par 4 en 30 ans, mais le produit moyen a baissé et le chiffre d'affaires progresse donc moins vite que les trafics.

À moyen et long terme, les experts s'accordent sur la tendance haussière des prévisions de trafics mais ils divergent sur leur niveau, régulièrement réactualisé en fonction des estimations de la croissance économique mondiale.

Eurocontrol : 3,5% à 4,5 % jusqu'en 2016

Boeing (2009) : +4,9 jusqu'en 2028

IATA : +5 % /an jusqu'en 2030, voire jusqu'en 2050

Georges Ville (ancien directeur financier d'Airbus au sein d'Aérospatiale) et Philippe Jarry (l'un des artisans du lancement de l'A380) : réfutent les projections à l'horizon 2050 de croissance annuelle maintenue à 5%, tablent sur un trafic 7,7 milliards en 2050, soit multiplié par 3 en 40 ans et non par 2 tous les 15 ans.

Pour le Fret mondial, l'activité cargo affiche un nouveau repli de 1,5% en 2012, après une 1ère baisse en 2011 (-0,6%), suite à un bon rattrapage en 2010 (+8% par rapport à 2007). **Le tout cargo est la variable d'ajustement** : il se développe en période de forte croissance et est arrêtée en période de crise. La tendance sur **une série longue est également en progression mais le marché est plus volatile que celui des voyageurs.**

En 2010, trois régions concentrent 86% trafic mondial de fret : Asie-Pacifique, Amérique Nord, Union Européenne. La part de la Chine est passée de 21 à 30% en TKT entre 1992 et 2010, alors que dans le même temps celle des États-Unis a chuté de 41 à 28% et celle de l'Union Européenne a perdu 2 points (29 à 27%).

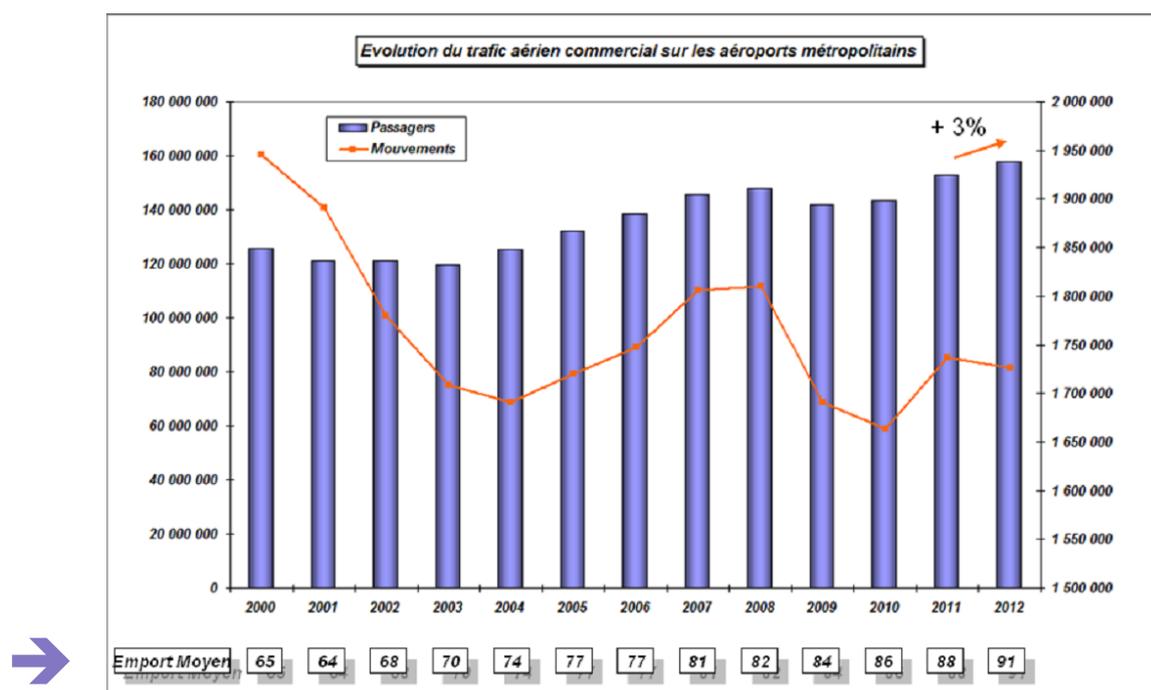
En France, le fret enregistre un nouveau recul de -5.5% en 2012, après celui de -4% en 2011, après une année de reprise en 2010, +16.8%.

2.1.2. Baisse des mouvements et augmentation de l'export : de nouvelles données de fond

La baisse des mouvements d'avions et l'augmentation du nombre de voyageurs par vol, ou l'export, constituent l'autre mouvement de fond de ces dernières années.

Cette double évolution s'inscrira certainement sur la durée, compte tenu d'une part du **renforcement des réglementations** sur les nuisances environnementales et sonores et de **la hausse des carburants**.

Les évolutions des constructeurs aéronautiques ont déjà intégré ces contraintes en augmentant la capacité des avions, en réduisant leur consommation et le bruit des moteurs.



Le prix du Kérosène cher : une tendance durable

En mars 2012, le prix du baril atteignait 138.5\$. Le prix moyen en 2011 était de 111 €, en hausse de +40% par rapport à 2010.

Le poids de ce poste de dépense est passé de 22% des coûts d'exploitation des compagnies (membres IATA) en 2005, à un pic de 32 % en 2008, et aurait pu atteindre 38 % en 2011. Il atteint en moyenne 40% dans les compagnies low cost, ce qui constitue une des fragilités du modèle par rapport aux compagnies classiques.

C'est clairement une donnée de fond avec laquelle le secteur de l'aérien va devoir composer, mais qui n'explique pas à elle seule tous les problèmes du secteur aérien (cf. Sparaco).

Les stratégies mises en place par les constructeurs et les compagnies l'ont déjà intégré :

Stratégie de ravitaillement sur les plateformes avec gros volumes et petits prix, chasse au poids (carburant, sièges etc.), modernisation de flottes (avions Boeing 787 et Airbus A350 moins consommateurs de 20%, -15% A320), green taxiing (roulage électrique). Des perspectives de production en hausse : 220 Mt produites 2010, perspectives 300 Mt en 2030 dont 2 Mt de biokérosène à 2020

(Source : IATA, aviation civile avril 2012, rapport DGAC 2011, aéromorning).

2.1.3. Les compagnies Low Cost redessinent le paysage aéroportuaire français

La stratégie de diversification de l'offre des destinations des plateformes aéroportuaires passe par l'accueil de nouvelles compagnies (vente de vols secs).

Les transporteurs à bas coût (TBC ou compagnies low cost) ont complètement redessiné le paysage aéroportuaire français ces dernières années en offrant de nouvelles opportunités de développement aux aéroports de province sur lesquelles elles implantent de nouvelles bases. **Cette nouvelle donne renforce le (lent) mouvement de décentralisation des trafics de Paris vers les aéroports de taille moyenne ou petite.**

En 2011 et 2012, les compagnies à bas coût desservent 38 des 43 aéroports métropolitains de plus de 100 000 passagers.

Les trafics low cost représentent pour 2011 et 2012 :

- 1/4 du trafic des aéroports métropolitains en moyenne
- 1/3 pour les aéroports régionaux (hors Paris), d'après les statistiques de l'UAF.
- De plus de 50% à 99.9 % (Beauvais) des trafics pour 15 plateformes accueillant des TBC

Une étude de la DGAC pointe un écart de progression de 1 à 10 entre Low Cost et compagnies traditionnelles : **le rythme de croissance annuel des 1ères a été de 36% entre 2000 et 2008 quand il atteignait à peine 3,6 % pour les 2ndes.**

Les évolutions de trafics sont en moyenne plus fortes dans les aéroports de Province grâce au dynamisme de progression des trafics Low Cost (tableau 1). Ce constat ne se vérifie cependant pas de manière systématique (tableau 2).

Tableau 1 : L'écart entre la progression moyenne des trafics totaux et les trafics Low Cost sur la période 2007/2012 : +8,2 % / + 56,2%

Évolution des trafics	2008/2007	2009/2008	2010/2009	2011/2010	2012/2011	TC 2012/2007	TCAM 2007/2012
Trafics Totaux	1,5%	-4,2%	1,2%	6,6%	3,0%	8,2%	1%
dont Province	2,4%	-3,4%	2,3%	8,0%	6,1%	15,9%	2%
dont Paris	0,8%	-4,7%	0,4%	5,7%	0,8%	2,8%	0%
LOW COST	14,6%	3,2%	6,1%	13,5%	9,7%	56,2%	8%
dont Province	14,9%	5,2%	6,2%	14,7%	13,8%	67,6%	9%
dont Paris	14,1%	0,1%	5,7%	11,5%	2,8%	38,4%	6%

Tableau 2 : Des situations contrastées sur les aéroports de moins de 1,5 M de Pax :

Aéroport	Pax 2011	2010-2011	Pax 2012	2011-2012	% Low cost / total trafic en 2012
Tours	121 014	-1.7 %	169 341	+39.9 %	92.6 %
La Rochelle	229 214	+19.6 %	236 736	+3.3 %	85.7 %
Saint- Etienne	107 678	+53.6 %	110 471	+2.6 %	88 %
Grenoble	336 839	-5.4 %	314 183	-6.7 %	37.5 %
Bergerac	288 999	+11.3 %	284 393	-1.6 %	85.9 %
Vatry	51 123	+140 %	87745	+74.2 %	93.1 %
MNL	279 030	+9.8%	277 780	-0.4%	2%

2.1.4. Un modèle changeant et durable à la fois ?

Les créations-destructions de Compagnies Low Cost se succèdent, comme dans tout marché, mais leur offre n'a cessé de croître et de s'étendre :

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
nombre de TBC	31	35	33	30	28	25	24
liaisons desservies	203	294	401	480	478	504	533

Un modèle en évolution permanente...

Au départ basé sur une logique de desserte régionale de point à point entre les grandes capitales européennes, le modèle Low Cost évolue vers de la desserte internationale hors Europe. Le modèle est également testé sur le long courrier.

Évolution des parts de marché des TBC dans le trafic touchant la métropole

	2000	2005	2006	2007	2008
intérieur	0 %	5 %	5 %	5 %	7 %
international monde	3 %	14 %	17 %	21 %	23 %
international EEE	5 %	24 %	28 %	33 %	35 %
global	2 %	12 %	15 %	18 %	20 %
EEE (internat+intérieur)	3 %	18 %	21 %	25 %	27 %

... qui bouleverse le modèle économique des compagnies traditionnelles

Pendant un certain temps, les grandes compagnies « classiques » n'ont pas cru à la soutenabilité du modèle Low Cost et n'ont pas cherché à anticiper son impact.

Elles se retrouvent aujourd'hui confrontées à un double problème : adapter leur modèle en profondeur par des réformes structurelles et gérer la crise par des mesures conjoncturelles. Elles mènent de front des politiques de réduction des coûts, d'augmentation de leur productivité, de repositionnement géographique (abandon des dessertes les moins rentables) et/ou stratégique (qualité de services pour les classes affaires). La plupart des grandes compagnies ont développé leur filiales Low Cost pour différencier leurs offres et améliorer leur compétitivité de leurs liaisons

vers l'Europe à partir des aéroports régionaux. Mais le modèle Low Cost, dont la rapidité d'évolution est une des principales forces, prépare déjà son prochain « coup d'avance » sur le moyen et long courrier.

Air France a entamé son énième plan de restructuration « Plan Transform 2015 » (objectif d'augmenter la productivité de 20% d'ici à fin 2014, d'économiser 1 Md € en supprimant des emplois (près de 3300) et des dessertes. La compagnie a également mis en œuvre le concept de « bases de province » dans les 3 plus gros aéroports : d'abord à Marseille en décembre 2011, puis à Toulouse et Nice en avril 2012.

Elle dispose de sa filiale low-cost, **Transavia**, positionnée sur le pôle loisirs. Enfin, en 2013, elle a regroupé ses filiales régionales (Britair, Régional, Air-linair) sous la **marque Hop !** Mais les difficultés financières du groupe Air France KLM perdurent en

2012 (perte de plus de 1,2 md €, malgré un coefficient de remplissage exceptionnel de 87.1%).

Comme Air France, **Alitalia**, l'ex-compagnie nationale italienne, souffre d'une forte concurrence sur son marché intérieur avec EasyJet, d'un côté et le rail de l'autre. Malgré sa restructuration et sa filiale low cost Air One, elle ne parvient pas à lutter.

Le leader historique allemand **Lufthansa** va plus loin et plus vite dans sa restructuration : il regroupe dès 2013 sa filiale Direct Services (vols Allemagne et Europe) et Germanwings (Low Cost) dans une même compagnie pour assurer tous les vols intérieurs et européens de Lufthansa, à l'exception de ceux alimentant les hubs de Francfort et Munich.

Des réserves et précautions dans la perspective d'accueil d'une Low Cost

Si les compagnies Low Cost présentent l'avantage de redynamiser les aéroports de province de moyenne et petite taille, la perspective de leur accueil nécessite de prendre quelques précautions.

Au-delà des considérations sociales sur la gestion du personnel, qui pourraient faire l'objet d'une analyse plus approfondie par ailleurs, une des **principales réserves sur le modèle est d'ordre économique et financier.**

Si l'on se place du **point de vue de l'aéroport**, certains exemples ont montré que le niveau de trafic n'était pas toujours corrélé aux résultats financiers de la plateforme. Une analyse de type coûts-bénéfices est alors indispensable pour **adapter la stratégie de la plateforme et dimensionner l'infrastructure et l'offre de services** en fonction du modèle de chaque compagnie.

Par ailleurs, comme dans tous les secteurs, une trop forte dépendance à l'offre d'une seule compagnie Low Cost présente davantage de risques qu'une diversité d'opérateurs.

Du point de vue du territoire, l'enjeu se situe dans la **maîtrise du risque de déséquilibres entre trafics sortants et entrants**. C'est à cette condition seulement que le « retour sur investissement » peut s'avérer positif tant **l'impact direct et indirect de l'accueil de touristes peut être considérable pour l'économie, l'image et l'accessibilité du territoire.**

Pour des régions non identifiées comme touristique comme la Lorraine, les efforts de synergie avec les acteurs du secteur au sens large devront être redoublés pour accueillir et assurer la pérennité d'une nouvelle offre.

Des différences de modèles d'une compagnie à l'autre : Le modèle EasyJet à l'opposé de Ryanair ?

Les considérations générales sur le modèle low-cost cachent en réalité des situations très diverses selon les compagnies. **Les deux grandes compagnies leader sur le marché européen Low-Cost, Ryanair et EasyJet, ont développé des stratégies très différentes :**

- **Ryanair "low cost pur"** (cf. Rapport Charles Beigbeder en annexe) : **création de nouveaux marchés** (ouverture-fermeture rapide et importante de lignes) sur des aéroports secondaires pour Ryanair
- **Easyjet "middle cost"** (cf. ibid) : **concurrence frontale avec les majors sur des lignes existantes à partir des grands aéroports et HUB pour EasyJet.**

Le journaliste spécialisé de l'aérien Sparaco considère EasyJet « comme la vraie valeur montante du transport aérien européen. (...) la compagnie orange s'inscrit en véritable challenger de ses concurrents «classiques». Non seulement parce qu'elle dessert les grands aéroports mais aussi en raison de sa décision de viser davantage la clientèle d'affaires. »

Pour l'heure, la stratégie de « violence » financière imposée par Ryanair assure une assise financière importante à la compagnie qui ne cesse de s'accroître tout en étant rentable : 80 millions de passagers par an, 1500 lignes, dont 300 nouvelles en 1 an ; une recette moyenne de 56€ / passager, un chiffre d'affaires d'un demi-milliard de \$ en 2012.

Certaines données tendent à démontrer un impact globalement positif des Low Cost sur le secteur aérien : l'exemple de Lyon avec l'arrivée d'EasyJet

- Élargissement et démocratisation du marché : augmentation des trafics de 112 %
- Baisse des prix - augmentation du pouvoir d'achat des passagers low cost (économie de 67 M€ entre 2007-2009) mais également et même davantage sur les passagers des majors, compagnies historiques (économie de 86 M€).

La contre-attaque de la SNCF ?

La SNCF savait déjà concurrencer les dessertes aériennes low-cost avec ses tarifs prem's, à l'instar de ce qu'elle a pratiqué en réponse à l'expérimentation de la liaison Lorraine-Nantes par Volotea.

Avec le lancement du TGV Low cost « Ouigo », elle annonce clairement la couleur de son positionnement.

2.2. Tourisme – aérien : des liens forts et des enjeux communs

2.2.1. Des économies corrélées

2.2.1.1. La démocratisation du transport aérien

Au sens de l'OMTⁱ 92% des passagers aériens sont des touristes, la croissance du trafic aérien et celle du tourisme sont donc corrélées.

Traditionnellement dans le secteur aérien, la distinction entre voyageurs « affaires » et voyageurs « d'agrément » permettait de segmenter le marché en termes d'offre de dessertes et de qualité de services. Force est de constater que sous l'impact de la démocratisation du transport aérien, d'une conjoncture plus difficile et d'une montée en puissance des autres modes de transports (TGV), le voyageur d'affaires n'est plus majoritaire à bord. En outre, et en dehors du marché bien spécifique mais, très restreint en nombre, des « vols affaires » en avions privés, les comportements des voyageurs professionnels se rapprochent de ceux des voyageurs « loisirs ». Comme le montre ce tableau, **les voyageurs pour motif professionnel ne voyagent plus en « classe affaires » (6%) mais presque exclusivement en classe économique (93%).**

ⁱ OMT office mondial du tourisme : un touriste = un voyageur qui passe au moins 1 nuit hors de son domicile

➔ «93% des voyageurs professionnels « en classe éco »

Les voyageurs aériens selon la catégorie de vol et le motif du déplacement

	Première classe	Classe affaire	Classe économique	Base
Raison professionnelle	1%	6%	93%	17560
Visite à des parents/ amis / autres motifs privés	1%	2%	97%	12458
Vacances / Loisirs	1%	2%	97%	19043

Source : enquête nationale des passagers aériens en 2010 (DGAC- ENPA)

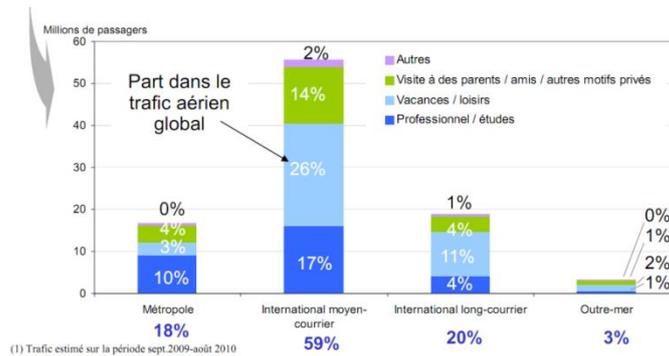
→ Le transport aérien pour motif personnel s'est démocratisé

	0 à 1 jour	plus d'un jour	Total
Professionnel / études	6%	25%	31%
Vacances / loisirs	1%	41%	42%
VPP / autres motifs privés	1%	23%	24%
Autres	0%	3%	3%
Total	8%	92%	100%

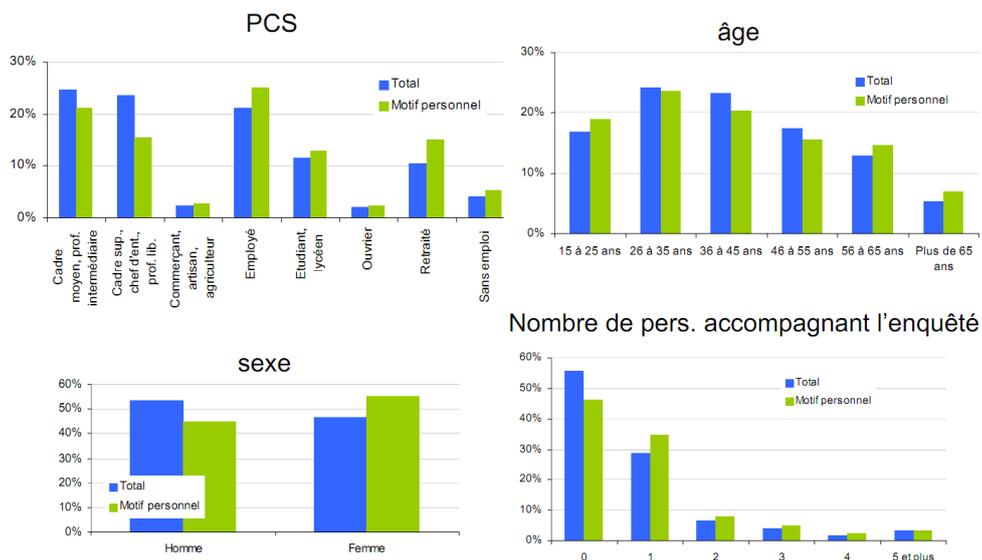
Essentiellement des voyageurs d'affaires

Les 2/3 sont des déplacements pour motif personnel

Source : DGAC (ENPA-2010)



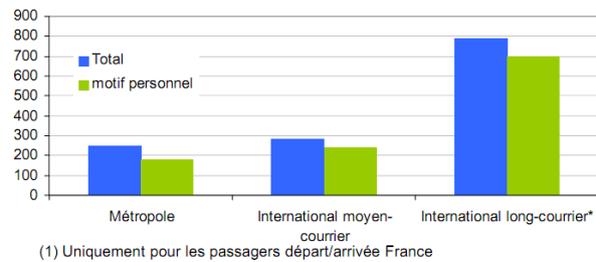
→ Le voyageur aérien touristique n'as pas de profil type



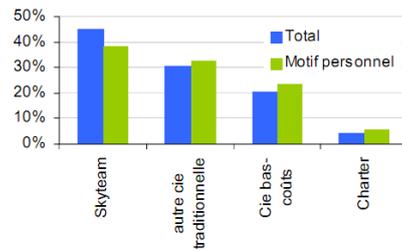
2.2.1.2. L'impact du transport aérien sur l'économie et le tourisme

➔ Impact direct : prix moyens des billets et type de compagnie

Prix du billet (AR) ⁽¹⁾



Type de compagnie



➔ L'impact indirect : la consommation des touristes pendant leur séjour

Les touristes étrangers dépensent en moyenne plus du double que les touristes

Les clientèles touristiques de Provence-Alpes-Côte d'Azur
Colloque IRFUTA - ATOUR France, Aix-en-Provence

les touristes consomment... mais de façon très contrastée

14 milliards € de consommation touristique annuelle

Français : 9 milliards € (64%)
Etrangers : 5 milliards € (36%)

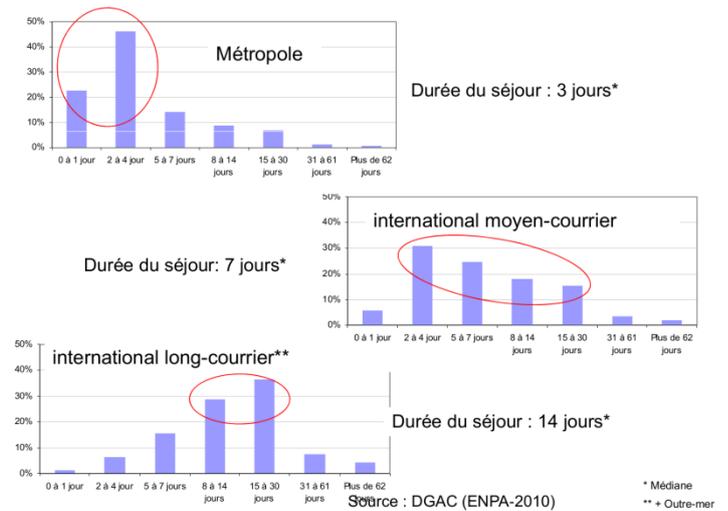
Montant	Proportion	Détails
8,5 €	13 %	transport sur place
8,5 €	13 %	achats, shopping
8,4 €	13 %	loisirs
20,4 €	32 %	nourriture
18,5 €	29 %	hébergement

64 € dépense moyenne par nuit et par personne

53 € touriste français
114 € touriste étranger

Zoom clientèle Avion : 3,1 milliards € (22%) - 105 € dépense moyenne +++

Une corrélation logique entre distance et durée du séjour : plus l'origine est lointaine plus le séjour est lo



2.2.2. Un enjeu commun : l'attractivité des territoires

2.2.2.1. Maintenir l'attractivité de l'Europe et de la France dans le monde

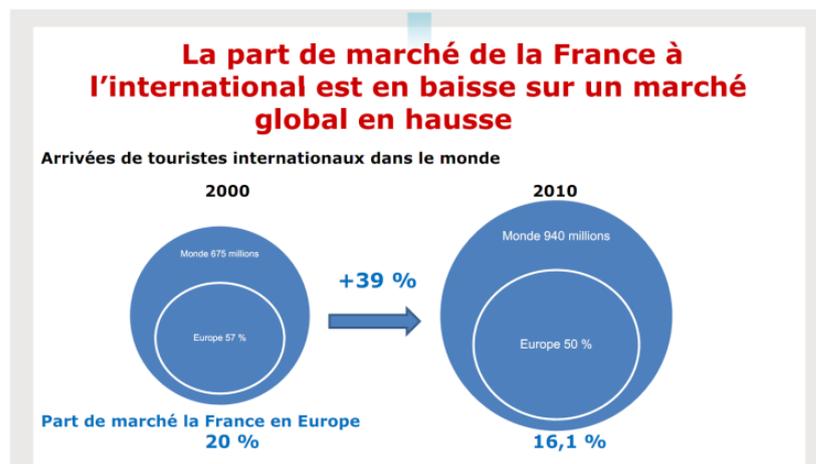
L'Europe et la France se maintiennent à la tête des destinations mondiales en 2010, mais leur part de marché diminue face à la montée des autres régions du monde qui tirent la croissance du marché mondial.

→ La France et l'Europe en perte de vitesse...

Le poids du site France diminue en Europe, son rythme de progression est inférieur à celui de la moyenne européenne : le nombre d'arrivées a stagné alors qu'il a progressé en moyenne de + 1.8% par an en Europe ; la hausse des recettes a été de 3% en moyenne contre +5.3% pour l'Europe.

Entre 2000 et 2010 : l'Europe et la France ont respectivement perdu de 7 et 3 points en nombre d'arrivées et de 4 et 2 points en termes de recettes.

Si la progression de la région Asie-Pacifique se maintient au même ordre de grandeur, en moyenne annuelle de 2 (recettes) à 6 fois (arrivées) plus importante que celle de l'Europe, la tendance n'est pas prête de s'inverser.



Source : atout France

Évolution 2000-2010 des arrivées et des recettes du tourisme mondial par zone de destination

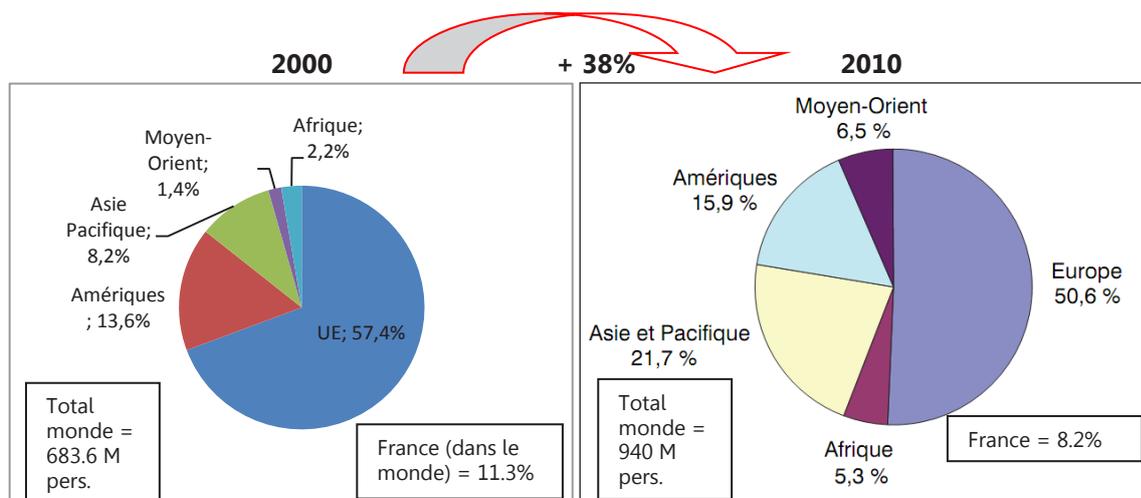
valeur	2000		2010		évolution 2010/2000		TCAM 2000-2010	
	arrivées millions pers.	recettes mds \$	arrivées millions pers.	recettes mds \$	arrivées	recettes	arrivées	recettes
UE	392,5	231,7	476,1	406,9	21%	76%	1,8%	5,3%
<i>Dont France</i>	77,2	33	77,1	46,6	-0,1%	41,2%	-0,01%	3,2%
Amériques	92,8	131,4	149,7	181,8	61%	38%	4,4%	3,0%
Asie Pacifique	56,2	85,4	204,1	248,2	263%	191%	12,4%	10,2%
Moyen-Orient	9,6	16,8	60,7	50,5	532%	201%	18,3%	10,5%
Afrique	15,2	10,3	49,6	30,8	226%	199%	11,4%	10,5%
Total Monde	683,6	475,5	940,1	918,1	38%	93%	2,9%	6,2%

→ Une attractivité en perte de vitesse et une moindre transformation en recettes

La France est la 1ère destination du monde en nombre d'arrivées de touristes étrangers mais 3ème en termes de recettes engrangées. Sur ce dernier indicateur elle

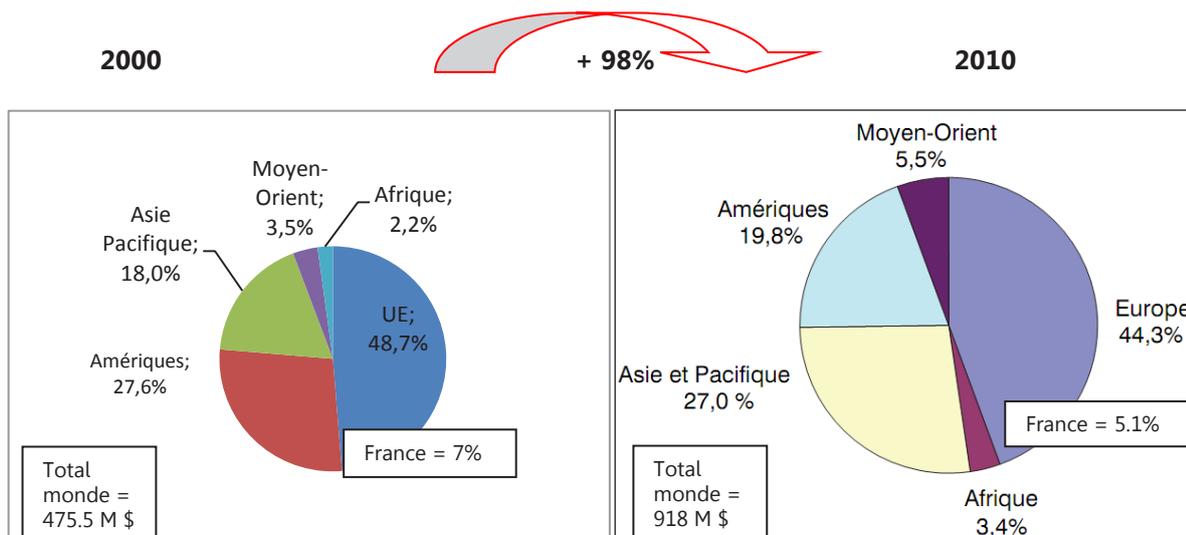
se place derrière les États-Unis et l'Espagne et est talonnée par la Chine qui passera certainement devant d'ici quelques années (elle était encore derrière l'Italie en 2009).

Répartition et progression des arrivées du tourisme mondial par région du monde entre 2000 et 2010



Source : memento tourisme 2011- traitement CESEL

Répartition et progression des recettes du tourisme mondial par région du monde entre 2000 et 2010



Source : memento tourisme 2011- traitement CESEL

II.2.2.2. Le rôle des aéroports régionaux dans l'accueil des touristes

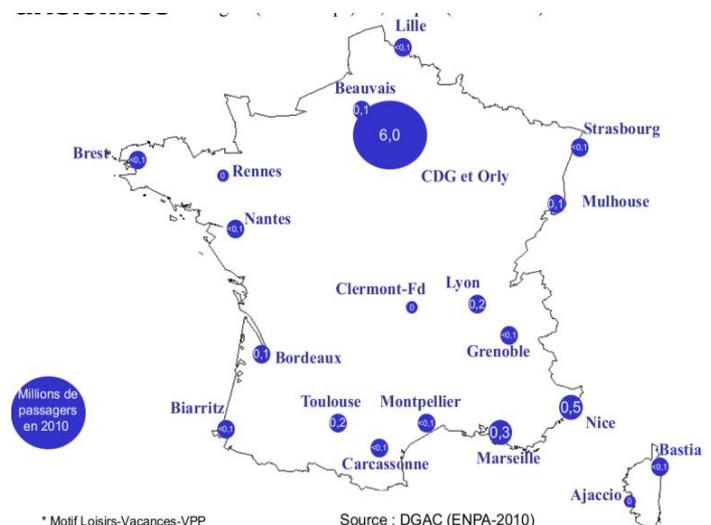
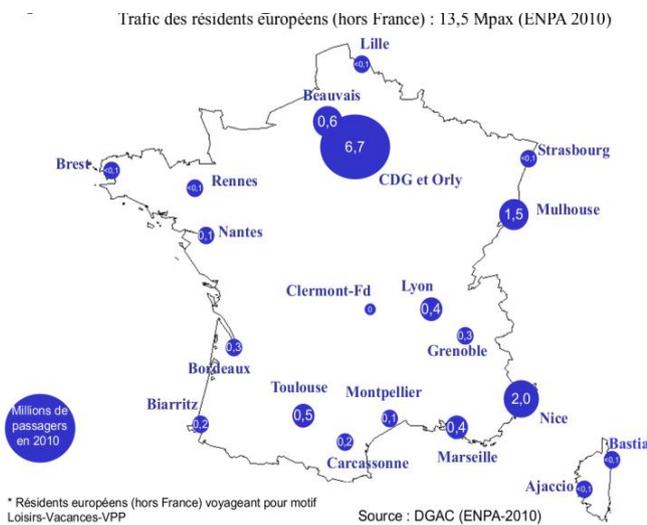
➔ Les aéroports régionaux jouent un rôle croissant dans le traitement du trafic touristique européen

Les aéroports régionaux ont un rôle important pour le tourisme et l'identification des territoires.

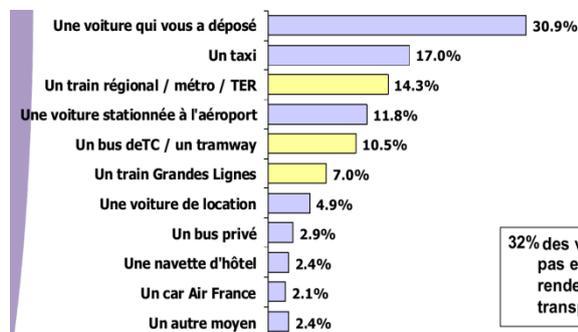
Leur développement est donc également lié à l'avenir du « site France », et plus largement du site « Europe ».

50% des touristes européens utilisent les plates-formes régionales...

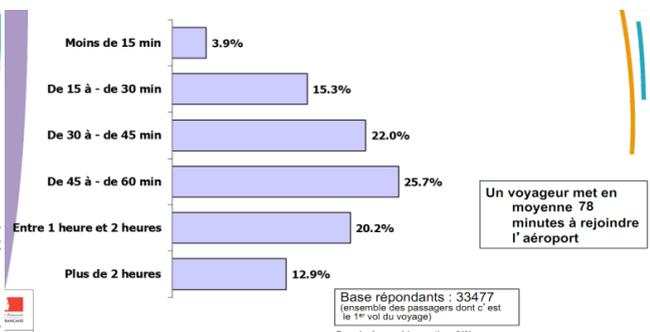
...et 80% des touristes non européens fréquentent les aéroports parisiens



➔ Améliorer l'accès à l'aéroport : la voiture majoritaire, le temps moyen 78' minute



32% des voyageurs qui ne sont pas en correspondance se rendent à l'aéroport en transports en commun



2.2.3. Le renouvellement de la demande et des comportements touristiques

→ Une demande plus complexe et personnalisée

Les évolutions en termes de valeurs et de modes de vie se traduisent par de nouvelles attentes en matière touristique, notamment marquées par une recherche d'authenticité dans les échanges, de découverte-partage etc. Ce renouvellement de la demande implique des changements de pratiques pour les professionnels du tourisme :

- **de nouvelles tendances de tourisme** : tourisme d'immersion avec le « coach surfing » ou le « woofing », l'échange de maison ; le tourisme équitable, vert, sportif, thermal-bien-être-santé, familial-tribu, urbain etc.

- **une demande personnalisation des voyages** qui se distingue du tourisme de « masse » et des offres charters : nouvelles demandes « sur mesure » ou hyper spécialisées avec exigence d'expertise du voyageur (ex. tourisme golf), nouvelles approches marketing selon les « sociostyles » (sédentaire mobile, aventurier, timoré etc.)

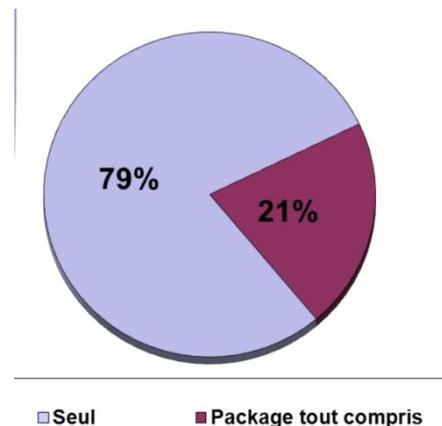
→ Des achats plus tardifs et plus directs

Les tendances constatées sont le recours croissant à la **vente par Internet et la composition des séjours par les voyageurs eux-mêmes**.

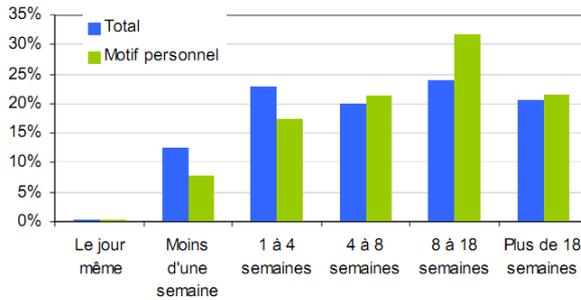
Le **développement du M-tourisme est également une grande tendance** intégrée par un nombre toujours croissant d'opérateurs du tourisme qui développent des applications sur les smart-phones.

**Les vols « secs » quasi-exclusifs pour les touristes « affaires » et « affinitaires »
Les offres packagées ne concernent plus que 39% de la clientèle loisirs- agrément**

	Billet acheté seul	Billet inclus dans un package
Raison professionnelle	93%	7%
Visite à des parents/ amis / autres motifs privés	96%	4%
Vacances / Loisirs	61%	39%

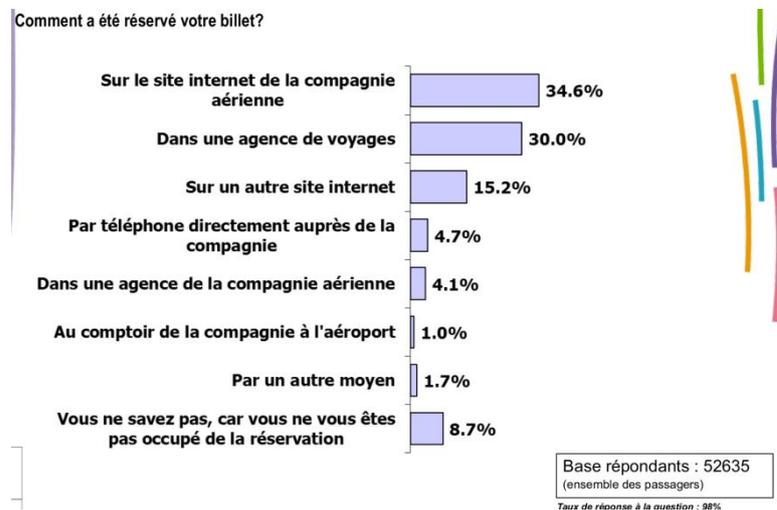


**Des délais d'achat du billet de plus en plus proches de la date du départ...
... avec quelques différences selon le type de compagnie**

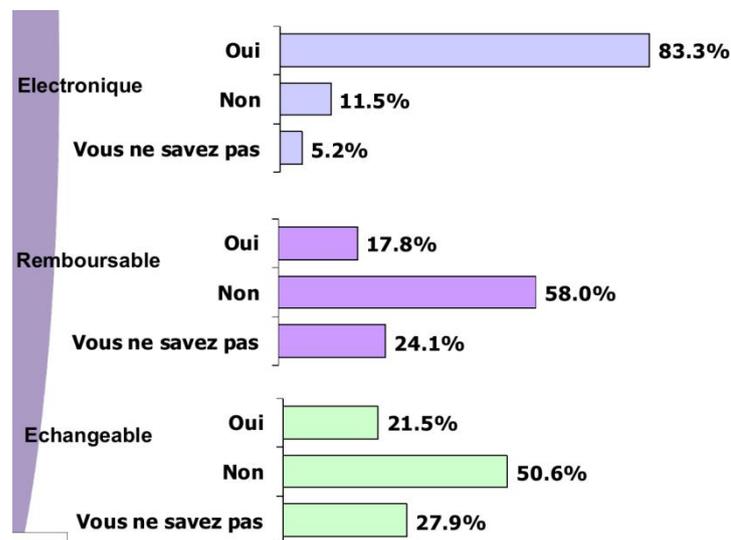


	Skyteam	autre compagnie classique	Compagnies à bas coût	Charter
Temps(en jours)	47	55	50	71

Réservation : le recours à Internet dans près de 50% des cas



Type de billet : le meilleur tarif avant la garantie de remboursement ou d'échange



➔ Internet et les réseaux sociaux deviennent les ambassadeurs des régions

Le concept de « consomm'acteur » résume bien cette idée selon laquelle les voyageurs deviennent acteurs de leur voyage et partagent en retour leurs avis, impressions avec les internautes, futurs voyageurs potentiels.

- Le repérage, l'analyse et le suivi de ces informations et données de « mesure » de la notoriété d'une destination deviennent des éléments majeurs dans le développement et la maîtrise d'une stratégie marketing.

Sur le modèle de **Tripadvisor**, de plus en plus de **sites de vente de voyages** intègrent des rubriques « avis » des utilisateurs afin de garantir une certaine authenticité dans l'évaluation de l'offre touristique (hôtels, sites etc.).

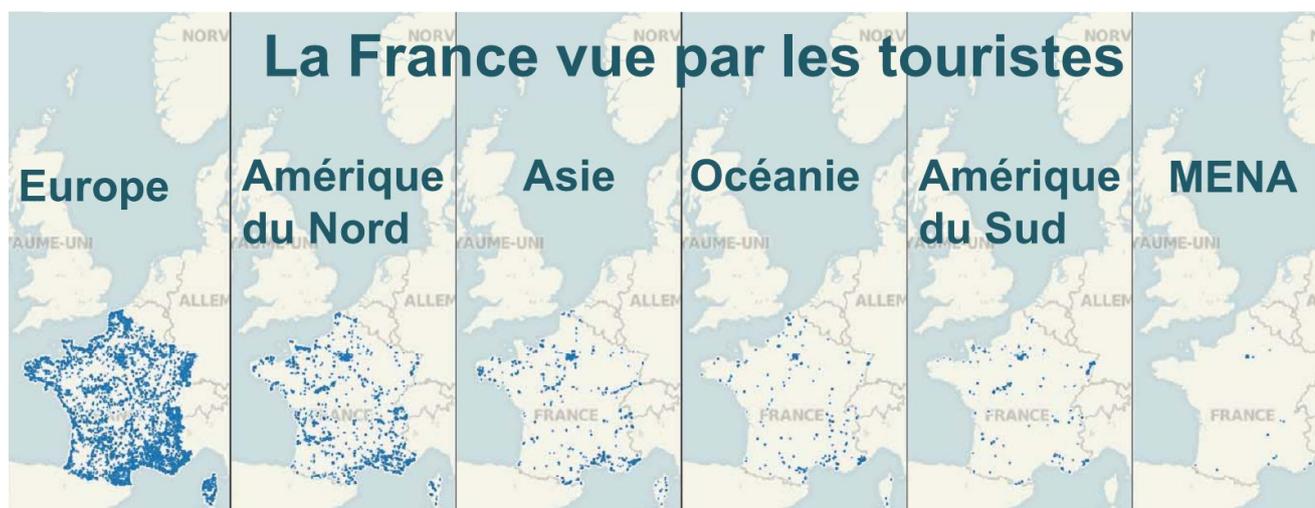
Cette valeur « authenticité », de plus en plus recherchée, constitue un argument marketing essentiel à l'image de la présentation commerciale sur

leur site « *TripAdvisor® est le plus grand site de voyage au monde et permet aux voyageurs d'organiser et de vivre le voyage parfait. TripAdvisor® fournit des conseils dignes de confiance, donnés par de vrais voyageurs, ainsi qu'un large choix de destinations et de fonctionnalités d'organisation de voyages, directement intégrées aux outils de réservation. Les sites de la marque TripAdvisor rassemblent la communauté de voyageurs la plus vaste au monde, avec plus de 50 millions de visiteurs uniques par mois* et plus de 60 millions d'avis et opinions. Le site fonctionne dans 30 pays, dont la Chine sous le nom daodao.com. TripAdvisor possède également une unité dédiée aux entreprises de l'industrie du tourisme, TripAdvisor for Business, pour faciliter le contact avec les millions de visiteurs mensuels.* »

- **Les réseaux sociaux** occupent également une place importante dans l'image d'une destination, à l'instar des **applications de partage de photos** deviennent ainsi une base de données stratégique pour.

Un logiciel « **mfg labs** » permet d'identifier la nationalité des touristes à partir des photos postées sur la toile (Flickr, Yandex, Yupoo...) et les types de comportements : tourisme urbain, balnéaires, de nature, etc.

Une indication sur la connaissance des sites d'attraction selon l'origine des touristes : Plus l'échelle est lointaine, plus les points de visites sont concentrés



MENA : Moyen-Orient et Afrique du Nord

Russie, Brésil, Chine



Source : présentation Atout France- colloque IRFUTA 2012

→ Quel avenir pour les Tours opérateurs (TO)?

Les tendances lourdes du secteur aérien et du tourisme montrent un affaiblissement du poids des acteurs « classiques » du tourisme, agents de voyages et Tours opérateurs (TO).

Plusieurs raisons sociologiques et économiques peuvent être évoquées :

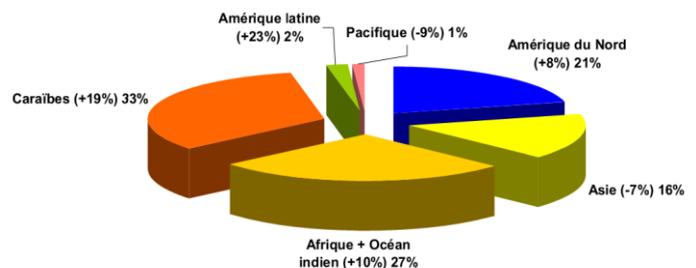
En 2010-2011, l'activité des grands TO généralistes (TUI/Nouvelles Frontières, Thomas Cook, Fram) et dans une moindre mesure (Voyageurs du Monde et KUONI) a été considérablement affectée par la succession des événements du « printemps arabe » au tsunami au Japon (qui a touché toutes les destinations Asie).

La crise économique a par ailleurs contraint les poids lourds européens à prendre des mesures d'urgence :

- Accélération des réorganisations du Groupe TUI France /Nouvelles Frontières, Marmara, Tourinter, Aventuria, CorsairFly (plan social).
- Changement à la tête de Thomas Cook France

i **TUI AG** Touristik Union International : société anonyme allemande, plus grand groupe touristique du monde : a racheté Nouvelles Frontières en 2002.

Répartition par zone du trafic TO



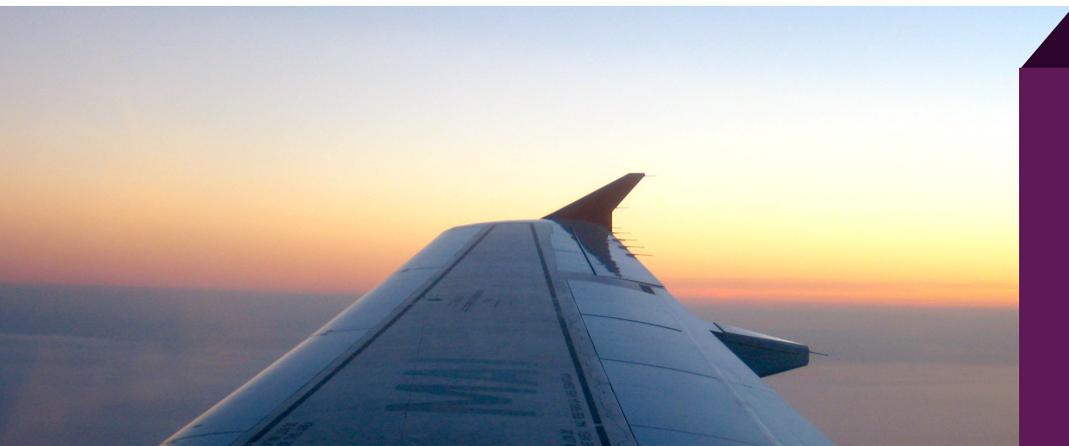
Les TO n'ont aucune visibilité sur le moyen terme et tentent de reconstituer leur trésorerie à tout prix :

- Ventes « early booking », campagnes de promotion permanentes sur des destinations à risque
- Opérations de destockage massives via des sites Internet (Ventes privées, Destinations privées...)
- Propositions de nouvelles garanties (grèves, climat...)

Ils cherchent également à se démarquer par des innovations marketing pour faire face aux clients de plus en plus « experts » et opportunistes quant à la recherche du meilleur prix :

- Gestion plus risquée des stocks du fait de l'amplification des achats dernière minute
- Développement des sites B to C des TO traditionnels

**PISTES POUR UN
PLAN D'ACTION
STRATÉGIQUE
COMPRENDRE LES
STRATÉGIES DE CHACUN
POUR LES PARTAGER**



PARTIE 3

3.1. Management des activités aéroportuaires et extra aéroportuaires

		ATOUTS	FAIBLESSES
Interne		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Densité zone de chalandise ✓ Ouverture H 24 niveau 7 (sécurité) ✓ Piste 3 050 m x 45 : accueil de longs courriers ✓ Dispositif d'atterrissage tous temps ✓ Capacité 500 000 voyageurs / 7 000 m² ✓ Capacité 30 000 t fret / 4 500 m² ✓ Contrôleurs d'approche (maintien définitif ?) ✓ Disponibilité de terrains (Zone de 13.5 ha) ✓ Compagnies aériennes de vols réguliers présentes depuis longtemps : Air France/ HOP !, Twin Jet, Air Algérie ✓ Investissements pour remise en état, mise en conformité et amélioration infrastructure et équipements (relooking hall...) ✓ Liens avec les acteurs du tourisme (salon annuel) ✓ Communication en cours de reconstruction (site, campagne publicitaire ...) 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Densité de la concurrence ✓ Mauvais signaux : échecs des tentatives Low Cost (My Air et Volotea) : erreurs de positionnement stratégique, faiblesse du marché ou manque d'accompagnement des développements ? ✓ Taille et budget intermédiaire : > 100 000 Pax (souplesse gestion) et < à 1 M de Pax (taille critique rentabilité) ✓ Mode de gestion et gouvernance : expérience relative du secteur aérien de l'équipe de direction - Instabilité liés aux changements d'équipe
		OPPORTUNITÉS	MENACES
Externe		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Bassin socio-économique porteur pour le fret et vols d'affaires ✓ Coopération avec Luxembourg et intégration perspective ITEC Terra Lorraine ✓ Synergies fonctionnelles et complémentarités stratégiques sur l'offre à développer avec Essey et Mirecourt ✓ Actions marketing conjointes avec les pôles d'attraction touristique (Center Parc, Pompidou, Verdun, palais des Congrès...), les acteurs de l'économie et du tourisme (CRT, CDT, tours opérateurs, compagnies aériennes, réseaux d'entreprises et d'acteurs Lorraine des Congrès ...) ✓ Perspective d'accueil d'une compagnie Low Cost et d'un retour de Volotea : offre non concurrente aux dessertes TGV rapides (Sud-Est et Sud-Ouest - Centre de la France) 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Accroissement de la concurrence dans le Grand Est et Grande Région, (dont forte offre low cost) en particulier l'aéroport de Luxembourg sur voyageurs et le fret ✓ Stratégie d'implantation de Cargolux et LuxAir à Vatry pour élargir la zone de chalandise vers Paris : risques de contournement de MNL

3.1.1. Renforcer la gouvernance sur la période de reconquête

L'**appropriation politique** de l'outil et l'affichage d'une **ambition** forte de le développer constituent une étape indispensable et un signal positif dans une période de reconquête d'une plateforme régionale. **L'enjeu sur ce plan est de repositionner clairement l'équipement dans une double vocation régionale et métropolitaine.**

Le lien avec le monde économique privé et parapublic, comme partenaire de la promotion du territoire et relais de la clientèle, est un enjeu tout aussi fondamental.

L'étape suivante est celle de la définition **d'une stratégie et de sa déclinaison opérationnelle**. Les compétences en matière de marketing et de management sont des éléments essentiels de la stratégie de développement des plateformes aéroportuaires.

Dans le contexte actuel de forte concurrence, on assiste à une compétition intense entre les aéroports et les acteurs de l'aérien pour le recrutement des meilleures compétences.

De plus en plus d'aéroports ont recours aux services de consultants et experts extérieurs pour des missions ponctuelles et très ciblées.

➔ **Le groupe de travail du CESEL tient à la disposition de l'EPMNL les contacts personnalisés qui lui ont été transmis au cours de ses différentes auditions sur des domaines variés : conseil stratégique, démarche de certification, négociation commerciale avec les compagnies aériennes etc.**

Par ailleurs, dans le prolongement de l'avis de la Commission « Mobilité, Infrastructures et optimodalité » du CESEL, le groupe de travail rappelle que **la création de l'EPMNL n'interdit pas d'explorer d'autres formes de gestion de l'aéroport à l'avenir.**

Compte-tenu de la **mixité des activités publiques-privées d'un aéroport** (transport de voyageurs et de marchandises), il est important d'associer le monde économique à la définition des orientations stratégiques.

La **maitrise publique du développement de la Zone Aéroportuaire** est en revanche plus cruciale pour garantir une vision globale d'aménagement du territoire.

- **Dans l'éventualité d'une Délégation de Service Public : préparer la consultation très en amont et recourir à une assistance à maîtrise d'ouvrage (AMO) pour étudier les coûts-avantages**
- **Possibilité de conclure un contrat de gestion de courte durée en lien avec délégataire d'un aéroport d'une région voisine pour rechercher des synergies**

3.1.2. Développer des synergies fonctionnelles

- **Pour anticiper l'impact de la réglementation**

Certification

L'OACI (Organisation de l'Aviation Civile Internationale) impose, depuis 2006, aux aéroports français d'être certifiés. Tous **les aéroports français devront être certifiés d'ici à 2014**, condition sine qua non pour le maintien de leur exploitation. La certification exige la rédaction d'un manuel d'aérodrome : recueil de toutes les procédures ayant un lien avec la sécurité coté piste (exploitation et maintenance et travaux).

Cette démarche impose la création d'un SGS (Système de Gestion de la Sécurité) géré par un Responsable SGS (dit RSGS). Une personne a été recrutée en mai 2012 pour assurer cette fonction à MNL.

➔ **Développer cet axe dans le cadre de coopérations fonctionnelles avec Grand Nancy Aéroport® et Vosges Aéroport**

- **Réglementation droit du passager**

Le nouveau règlement en cours d'élaboration au plan européen (échéance 2013 ou 2014) prévoit de renforcer la protection des voyageurs (prise en charge plus importante en cas d'annulation de vol) mais augmente les risques juridiques et financiers pour les compagnies.

→ **Accompagner les compagnies et intermédiaires de tourisme dans les réflexions sur la future réglementation (cf. information auprès du Centre Européen de la Consommation, des avocats spécialistes...)**

- **Formation du personnel, l'achat carburant et de matériel.**

→ **Développer des coopérations fonctionnelles avec Essey et Mirecourt et avec les réseaux d'entreprises**

La CCI 88 a engagé un travail d'étude et d'animation de réseaux d'entreprises qu'elle compte bien mettre également à profit de l'aéroport. Il s'agit aussi bien de mutualiser l'achat de matériel, que de formations ou de démarche de certification.

Des opérations de type audit (AFIS) ont déjà été menées en mutualisant les moyens avec Nancy-Essey. Restent de nombreux domaines à mutualiser : achat de carburant, de matériel etc.

3.1.3. Améliorer la compétitivité de la plateforme et de la zone aéroportuaire

L'objectif est de réduire les coûts de gestion (y compris par des économies d'énergie) pour les rapprocher des montants versés au titre des missions régaliennes (sécurité incendie, sûreté, environnement) et d'augmenter les recettes extra-aéroportuaires pour renforcer l'attrait des plateformes moyennes par rapport aux plus grandes :

→ **Optimiser les recettes extra aéroportuaires :** commerces, locations salles et hangars, services réservation véhicules, parking (vérifier les modalités de contractualisation avec les loueurs et les montants par rapport au marché : quel % du CA, quelle part fixe)

→ **Analyse interne pour adapter les moyens aux besoins des clients, des compagnies** (bon sens, retour d'expériences ou questionnaire qualité aux voyageurs) : ex. améliorer l'offre de commerces et élargir les horaires d'ouverture des services de restauration

→ **Étudier les possibilités de développement d'une activité MRO (maintenance, réparation révision) sur la zone aéroportuaire.**

En fonction du type de maintenance (de niveau A pour les plus courantes à D les plus lourdes) ces activités ont lieu directement sur le site de l'aéroport ou dans un hangar dédié à la maintenance

3.2. Stratégie et développement commercial voyageurs : vers un Business plan stratégique

3.2.1. L'analyse des réussites et des échecs des expérimentations en Lorraine

- L'offre de « Prêt à partir » à Vosges Aéroport

C'est dans cette logique de **test d'attractivité commerciale** que l'offre vers Tunis a été mise en place sur la période 25 mai – 9 novembre 2012, à raison de 2 vols par semaine le vendredi et le lundi, pour une plus large possibilité de séjours (long week-end et semaine).

Il s'agit de **package « vol + hôtel »**, proposé par le distributeur de voyages vosgien « **Prêt à partir** » en partenariat avec le **tour opérateur Voyamar**. Les vols seront assurés par Tunisair en Bombardier CRJ 900 (90 places).

Cette offre est proposée avec un « **double touché** » (**escale**) à **Dole**, ce qui permet de limiter les risques par la **complémentarité entre les deux zones de chalandise**.

Cette 1ère destination hors espace Schengen a déjà nécessité l'aménagement d'une zone de contrôle douanier. Malgré une communication minimale, l'attractivité des tarifs, prix d'appel à 334€ pour 1 semaine a permis d'atteindre 80% de taux de remplissage à j-22 (équilibré entre Mirecourt et Dole) pour un **taux final de 90%**.

Le bilan positif de l'offre vers Tunis en 2012 a permis pour 2013 de :

⇒ **reconduire l'offre** vers Tunis avec un prolongement sur Djerba (avec des avions de plus grande capacité 130 places) : **le modèle de complémentarité semble donc s'imposer et le taux de remplissage compense le coût des escales.**

⇒ **de proposer d'autres « packages »** : Les Baïéres, la Crête et la Turquie.

Ce nouveau test permettra de vérifier l'attractivité de la plateforme sur des destinations qui ne sont pas en stratégie de « reconquête » (après les mouvements liés au Printemps arabe).

- La compagnie Volotea à MNL : les vols secs vers Nantes

Le choix de la destination est à l'origine lié à l'implantation de l'entreprise Volotea à Nantes, et non issue d'une véritable étude de marché : le potentiel identifié était calculé sur un report modal TGV vers l'avion (on peut d'ailleurs se poser la question du gain collectif) en misant sur le prix.

L'offre de la compagnie Volotea de 3 vols par semaine (mardi, jeudi et dimanche) a été proposée du 11 septembre 2012 au 6 janvier 2013.

Le bilan s'est avéré insuffisant pour prolonger l'essai : **2 407 passagers, soit environ 60 passagers par vols, en-deçà de l'objectif de 75% de remplissage.**

Plusieurs éléments peuvent être avancés pour expliquer cet échec :

Le report du lancement du mois août au moins de septembre, période moins propice, et l'annulation des premiers vols, avec les difficultés rencontrées par les clients pour obtenir leur remboursement, ont été d'embée des mauvais signaux.

Le positionnement des jours et des horaires ne correspondait finalement à aucune des clientèles visées : en ne permettant ni le créneau week-end pour les familles ni d'aller-retour dans la journée ou le lendemain pour les professionnels.

Enfin, si le **prix d'appel était de 29€**, les tarifs pouvaient aller **jusqu'à 79 €** et étaient alors fortement en compétition avec les TGV. La « contre-attaque » de la SNCF à travers ses offres « Prem's » a mis à mal l'attractivité de l'offre. Car au-delà des tarifs, la souplesse

du train et l'arrivée en gare de centre-ville permet également de récupérer l'écart de temps de trajet avec l'avion (qui lui arrive à une distance d'1h de la ville).

Le Directeur de Volotea s'est exprimé dans la presse pour confirmer son intérêt pour l'aéroport MNL et évoquer des perspectives de développement futur vers d'autres destinations (Montpellier, Bordeaux ou la Corse). Mais l'horizon de cet avenir n'a pas été clairement défini.

Cette communication, permettra peut-être de **limiter l'impact négatif de cet échec en termes d'image et de potentiel d'attractivité d'autres compagnies.**

Plusieurs pistes d'explication sont à rechercher dans cette expérience qu'il est essentiel d'analyser pour essayer d'en tirer des enseignements pour l'avenir :

- Est-ce la durée du test qui est trop courte ?
- Est-ce une évolution de la stratégie de la compagnie (forte implantation à Strasbourg avec une plus large gamme de dessertes attractives)
- Est-ce le potentiel de Metz-Nancy insuffisant (par rapport à Strasbourg) pour la destination ?
- Est-ce le modèle lowcost sur le marché lorrain (capacité d'emport trop importante des avions)?
- Est-ce un manque de soutien / accompagnement de l'EPMNL ?
 - o dans le calendrier de la promotion (pas assez en amont du lancement) ?
 - o dans la stratégie de communication elle-même : dans les cibles (familiales ou d'affaires) et le manque d'adéquation entre cible et nature des supports et actions (événementiel familial, affichage TER, et?)

L'expérience de Volotea à Strasbourg : certes l'offre de dessertes est plus large et le marché plus grand mais certains éléments de la campagne de promotion donnent à penser qu'elle a été d'une autre ampleur (exemple de la « sur brochure » enveloppant le programme du Zénith de Strasbourg).

Les mêmes questions pourraient être posées sur les précédents échecs de tentatives de développement, avec le recul suffisant pour identifier toutes les

explications et ne pas écarter trop rapidement un potentiel futur :

- **1992-94 : tentative et échec de la liaison directe vers Londres**, lancée avec l'appui d'une aide financière apportée par la Région Lorraine. Un Aller-Retour quotidien pour environ 5000 passagers par an, soit un trafic trop faible pour atteindre l'équilibre économique de la ligne et la compagnie aérienne.
- **2007 : tentative et échec de la liaison directe vers l'Italie (Milan et Venise)** par la compagnie Low Cost My Air. Après 10 mois d'exploitation, le taux de remplissage des vols vers Milan n'était que de 30% et celui des vols vers Venise de 40%, soit bien en-deçà du modèle économique Low Cost (80%).

S'il est difficile d'évaluer avec précisions tous les paramètres de cet échec, il n'est pas trop risqué de dire que les responsabilités sont partagées. En effet, de l'analyse des spécialistes du secteur, il apparaît, d'une part, que la capitalisation de My Air était fragile et que, d'autre part, les efforts de communication du gestionnaire et des partenaires publics et privés n'étaient pas suffisants pour attirer la clientèle au-delà de Metz. Il ne faudrait donc pas tirer de cette expérience des conclusions trop rapides sur l'absence de potentiel suffisant du marché vers l'Italie quand on connaît les atouts touristiques du Pays, la part des Lorrains d'origine italienne et l'importance des échanges économiques entre les deux pays.

3.2.2. Analyse du potentiel : quelles offres pour quelles clientèles?

Le potentiel de développement de nouvelles offres proposées par les compagnies présentes et/ou par de nouvelles passe par l'analyse des éléments suivants :

La zone de chalandise de l'EPMNL offre un potentiel largement supérieur à la fréquentation actuelle, en regard des plateformes de situation comparable (cf. zone de chalandise : Population à 30' de l'EPMNL : 300 000 / à 60' : 1.3 millions / à 90' : 2 millions).

L'analyse du « marché » entrants-sortants de chaque destination étudiée, car de l'équilibre entre les deux dépendra le maintien d'une ligne.

Le positionnement des concurrents pour adapter l'offre en termes de tarifs et de destinations de la concurrence des autres aéroports et des autres modes de transports, en particulier du TGV.

Les différents segments de marché à étudier :

- **Tourisme « agrément »** : origine des touristes français et étrangers, modes de transport, potentiels par rapports aux pôles d'attraction (Pompidou, center Parc, etc.), les propriétaires de résidences secondaires etc.

→ **Potentiel Offre « packagée » plutôt saisonnière: du minimum vol + hôtel au maximum : vol + hôtel + Pass' tourisme (ou billets sites choisis) ou déplacement sur place ou divers autres prestations en options**

→ **Développer une politique plus offensive de communication et d'intéressement commercial des Tours Opérateurs (lancement des catalogues plus tôt que les concurrents proches, campagnes de vente, concours etc.)**

- **Tourisme « affinitaire »** (famille pays d'origine, famille expatriée, amis etc.) : analyse de la population du territoire – origines, modes de vie etc. : statistiques et données des consulats, sociologues, associations de consommateurs, associations d'accueil des nouveaux habitants dans les villes etc.

→ **Potentiel Offre vols secs à tarif attractif (hébergement en famille ou à composer soi-même: relais d'information vers différents types d'hébergement : hôtels, hébergement atypique, logis de France, ...)**

- **Clientèle affaires** : analyser les besoins des entreprises (liens sièges-antennes, pôles de compétitivités, Terra Lorraine, etc.), des consulaires et organismes parapublics (futurs congrès – Metz-Nancy, agences de développement...), du monde universitaire et associatif...

Le Directeur de la délégation Grand Est de la Chambre de Commerce d'Italie, Salvatore Tabone, se tient disponible pour ce type de démarche.

Selon sa propre analyse et expérience, il pense qu'une nouvelle expérimentation de liaison régulière vers le nord de l'Italie pourrait être tentée à raison d'une fois par semaine avec des avions de 90 à 100 places : la localisation assez centrale de **Bergame** permettrait de toucher à la fois l'Est avec Milan et Turin, et l'Ouest vers la Venise et Vérone. La capitale Rome pourrait également être étudiée, peut-être en tentée en relation saisonnière dans un premier temps.

→ **Potentiel mixte pour compléter les vols sur destinations communes avec les autres segments (en fonction des possibilités d'adaptation des horaires et de la saisonnalité) : (Rappel 93 % des passagers pour motif professionnel voyagent en classe économique)**

→ Renforcer les liens avec les réseaux d'affaires mis en place par les acteurs du tourisme d'affaires (Lorraine congrès), les Chambres Consulaires (CCIR et CCIT + CCI Italie) et organisations professionnelles, les agences de développement...
Cf. § partenariats

L'origine des étrangers de Lorraine permettent de cibler les principaux pays avec lesquels des liaisons pour motifs personnels et professionnels pourraient être étudiées : en particulier **Italie, Algérie, Portugal, Corse.**

Un rapprochement avec les Consulats, alliances, associations interculturelles permettrait d'affiner les potentiels de destinations par ville.

Les nationalités présentes en Lorraine en 2009

	en %	effectifs
Europe	39,4	1 484
Europe des 27	35,1	1 323
Espagnols	3,4	128
Italiens	4,6	174
Portugais	13,1	493
Britanniques	4,1	154
Autres nationalités de l'UE 27	9,9	375
Autres nationalités d'Europe	4,3	161
Afrique	40,7	1 534
Algériens	12,4	468
Marocains	11,7	440
Tunisiens	3,8	144
Autres nationalités d'Afrique	12,8	482
Asie	13,8	520
Turcs	5,9	222
Cambodgiens, Laotiens, Vietnamiens	1,1	41
Autres pays d'Asie	6,8	258
Nationalités d'Amérique et d'Océanie	6,2	232
Total	100	3 771

Source : Insee, recensement 2009, exploitation principale.

Consulat d'Italie – 2005 : potentiels à étudier : Sicile, Calabre, les Pouilles, les Abruzzes, Campanie

Region of origin	Number of resident in Lorraine	%
Sicilia	12 647	21,7%
Calabria	9 247	15,9%
Puglia	5 075	8,7%
Molise	592	1,0%
Abruzzo	3 950	6,8%
Marche	1 660	2,9%
Emilio Romagna	1 135	1,9%
Veneto	2 339	4,0%
Friuli Venezia	2 448	4,2%
Trentino Alto Adige	244	0,4%
Lombardia	1 707	2,9%
Valle d'Aosta	15	0,0%
Piemonte	794	1,4%
Liguria	1 284	2,2%
Toscana	1 284	2,2%
Umbria	2 126	3,7%
Lazio	1 659	2,8%
Campania	3 657	6,3%
Basilicata	1 274	2,2%
Sardegna	5 101	8,8%
Total	58 238	100%

Consulat d'Algérie 2005

Ressortissants algériens âgés de plus de 18 ans inscrits dans les registres du Consulat algérien à Metz

Région d'origine en Algérie	Nombre de résidant dans l'Est de la France	%
Ouest algérien	13 450	33.7
Centre algérien	11 000	27.5
Est algérien	14 543	36.4
TOTAL	39 993	100%

Meurthe et Moselle	9 000
Meuse	643
Moselle	18 000
Vosges	1 000
Total région Lorraine	28 643
Ardennes	4 000
Aube	1 500
Haute Marne	1 850
Marne	4 000
Total région Champagne-Ardenne	11 350
Total région Grand Est	39 993

3.2.3. L'approche et les négociations avec les compagnies aériennes

L'analyse des pratiques des autres aéroports indique que les négociations diffèrent d'une compagnie à l'autre mais se rejoignent sur un point essentiel : un accompagnement au lancement de lignes est presque toujours indispensable, quelle qu'en soit la nature :

- support marketing aux compagnies à contractualiser
- adaptation des tarifs des forfaits (atterrissage, assistance passerelles, bagages, balisage) au niveau de service (minimal) ou aux créneaux horaires retenus etc.

Compte tenu de **la complexité et de la difficulté des négociations**, il est primordial de garantir les intérêts de la plateforme et du territoire en s'entourant des conseils d'experts afin de contrecarrer d'éventuelles demandes excessives des nouvelles compagnies et se prémunir contre les risques juridiques et financiers en cas de recours des compagnies implantées.

À tous points de vue, et comme cela a été évoqué précédemment (§ évolutions secteur aérien), le préalable à un accord gagnant-gagnant est la recherche de la plus grande **adéquation entre la stratégie et les moyens de l'aéroport et le modèle de la compagnie (Low Cost ou classique)**.

➔ Définitions des besoins en termes d'infrastructure et de services, des démarches et procédures inhérentes à l'accueil d'une nouvelle compagnie

➔ Analyse politique, juridique et commerciale des possibilités d'aide aux compagnies

Les aéroports peuvent également contribuer à l'analyse et la valorisation de l'attractivité et du potentiel de leur territoire, notamment par la constitution de bases de données des origines/destinations des différents segments de marché existant et potentiel et par la conduite d'action communes de promotion / communication. (cf. § partenariat acteurs aérien et tourisme)

➔ Démontrer le stock et les flux potentiels (cf. § précédent)

➔ Analyse stratégique de la concurrence : aéroports et autres modes - TGV

- Positionnement prioritaire sur des liaisons non desservies par le TGV ;
- Positionnement qualité-prix de l'offre très compétitif en cas de destination en concurrence avec le TGV.

L'exemple de l'Aéroport de Nice



Une solution : une dynamique de promotion au départ de Nice

Une stratégie de soutien aux compagnies aériennes

- un support marketing : presse, affichage, radio, web...
- deux marques commerciales
 - *Passagers de loisirs : Plaisir de Partir
 - *Passagers fréquents/business : Club Airport Premier



3.2.4. Les possibilités d'alliances stratégiques avec les autres plateformes régionales : vers un équipement à vocation régionale et métropolitaine

Clientèle tourisme : complémentarité ou concurrence ?

Le positionnement de Vosges Aéroport se veut avant tout complémentaire de MNL et l'ambition est de créer un nouveau marché en proposant une offre accessible à de nouveaux clients ou en faisant revenir en région les clients lorrains des aéroports voisins. Pour autant, les nouvelles offres sont sur les mêmes destinations que celles proposées à MNL. Seule une enquête auprès des clients pourrait mesurer l'atteinte de cet objectif, mais les résultats de MNL en 2012 sur ces destinations ne semblent pas avoir pâti de cette nouvelle offre.

Cette expérience est éclairante à plusieurs points de vue :

- Les délais entre une prise de contact et la finalisation d'un accord ou d'une offre sont tellement longs que les négociations font l'objet du plus grand secret.
- Le choix des destinations est davantage lié à l'opportunité des partenariats entre développeur, compagnies aériennes et tours opérateur.
- La réactivité et la souplesse d'une petite plateforme permettent d'ajuster l'offre rapidement en termes de destinations et de dimensionnement des avions.

Dans ce contexte il paraît **complexe d'organiser une distribution des destinations en amont entre aéroport proches** et donc plus directement concurrents (répartition par zone du monde ou par segment de marche par ex.). Les complémentarités peuvent peut-être plus simples à envisager une fois l'offre mise en place afin de garantir sa pérennité.

➔ **Expérimenter de nouveaux modes de coopération à différents stades de négociation, afin d'optimiser les chances de réussite en fonction des atouts et spécificités de chacun (mutualisation des frais de représentation, prospection...).**

➔ **Dans tous les cas les complémentarités de marchés nécessitent une volonté économique et politique à formaliser dans le cadre de conventions de partenariats**

Vosges aéroport est clairement positionné sur la destination INDE : il est le 4ème et dernier aéroport français, après Paris, Lyon et Nice, à avoir obtenu l'autorisation des vols à destination et en provenance d'Inde (accord bilatéral France-Inde).

Il s'agissait d'une des conditions posées par l'investisseur indien, M. J.V. Chowdhury, avant d'intégrer la SEAEM en reprenant les parts de Kéolis. L'entreprise qu'il détient, Super Airport Infrastructure, construit un aéroport en Inde à Karaikal, près de Pondichéry.

Il cherche à structurer un HUB pour développer les relations Inde-UE, voire à terme à organiser du transit Inde-UE-USA (cf. modèle Dubaï pour USA-Émirats-Asie). Il étudie également un modèle économique de « low cost sur long courrier ».

L'EPMNL cherchera à se positionner sur la CHINE dans la perspective du projet ITEC - Terra Lorraine qui ouvre un potentiel important de clientèle voyageurs et fret.

Il pourra également étudier des cibles à fort potentiel: Moyen – Orient, Afrique du Nord, Russie et pourquoi pas l'Amérique latine (Brésil...).

→ **Un partenariat pourrait être envisagé entre les compagnies de chaque aéroport pour proposer l'ensemble des destinations en organisant le transfert de leurs clients respectifs par navette.**

Clientèle affaires : spécialisation de l'offre des plateformes lorraines

Grand Nancy Aéroport ® se positionne clairement sur les vols affaires.

La structuration du « **pôle business** » est la 1ère étape du programme d'investissements pluriannuels prévu dans le cadre de la nouvelle DSP (cf. **annexe**).

Compte tenu des spécificités socio-économiques de la Lorraine, **l'aviation d'affaires est un marché de niche**. L'évolution de l'offre TGV contribue également au **resserrement du marché**.

Les trois sociétés d'aviation d'affaires qui existaient encore en Lorraine il y a une dizaine d'années (Tecnavia à Nancy, Air Services Vosges à Épinal et Euroflight à Metz) ont toutes disparu. Une nouvelle société, Lorraine Aviation dispose d'un Jet de 6 places basé sur le site du Grand Nancy Aéroport ®.

Les destinations sont éclatées et nécessitent des **solutions sur-mesure** de type avion taxi ou avion partagé, à l'étude sur les plateformes de Mirecourt et Nancy.

La spécificité du marché conduit à donc à une **hyper spécialisation de l'offre sur une zone de chalandise plus restreinte** : la rapidité d'accès à l'aéroport, l'accès direct aux pistes à partir des salles d'embarquement et la flexibilité horaire des vols sont les premiers critères recherchés par la clientèle affaires.

Ces constats laisseraient à penser que la concurrence entre les 3 plateformes régionales jouerait peu sur ce créneau.

3.3. Stratégie partenariale élargie - économie du tourisme, transport aérien et territoire : développer les leviers d'une croissance partagée

3.3.1. Le rôle des territoires : l'image d'une destination à promouvoir en lien avec la stratégie du Site France

Pour faire face au défi du maintien de l'attractivité touristique du Site France dans la zone Europe et dans le monde, un opérateur unique de développement touristique, **ATOUT France**, a été créé par regroupement de la Maison de la France, agence de promotion de la France à l'étranger et d'ODIT France, agence d'ingénierie touristique.

La nouvelle Stratégie Destination France 2010-2020 s'est fixé comme cap chiffré l'augmentation de 3,5 % par an de la valeur dans le secteur et redevenir la première destination en Europe en termes de recettes touristiques à l'horizon 2020.

Les missions d'ATOUT France :

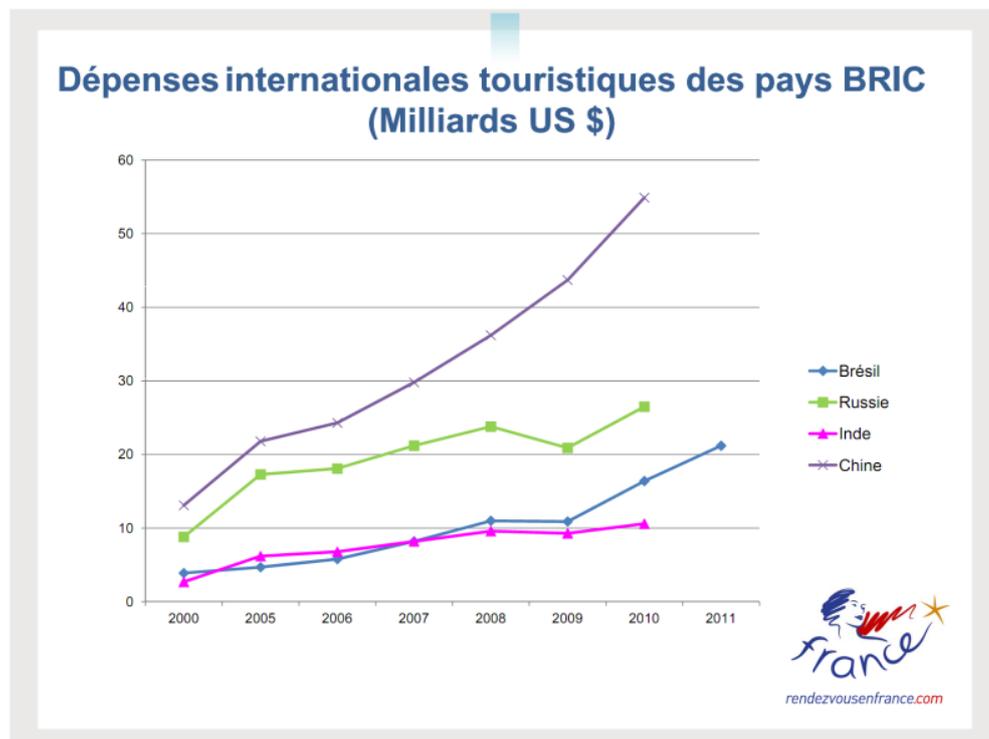
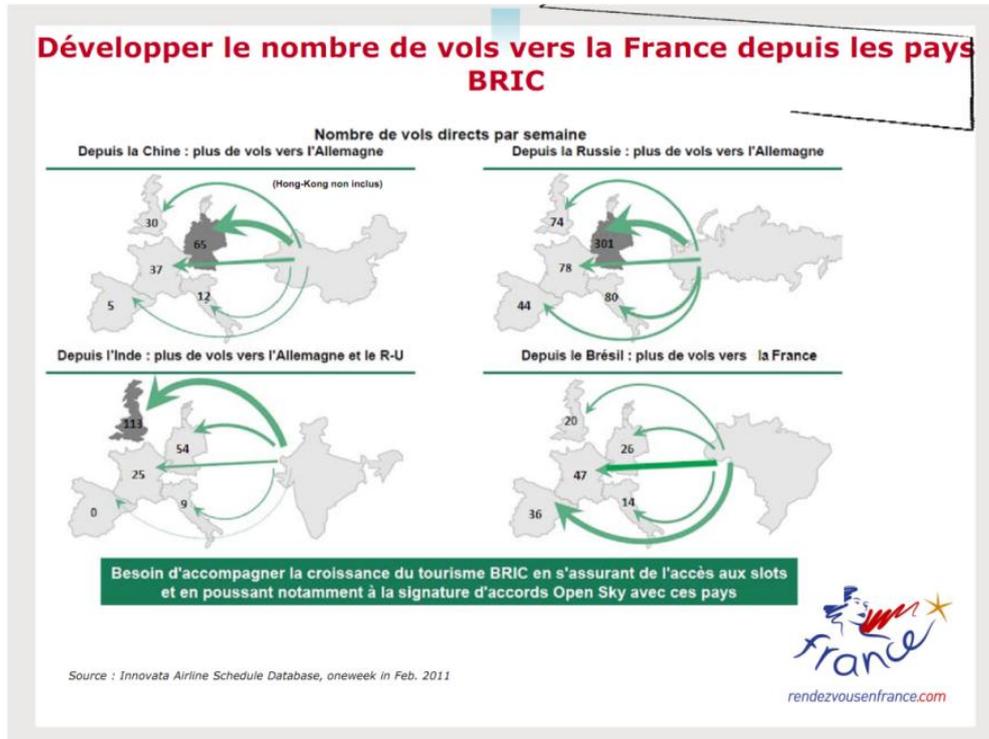
- Promouvoir et développer la **Marque « Rendez-vous en France » à l'international : marque ombrelle, une signature unique pour la destination France** :
 - Établir une marque de référence valorisant la qualité de l'offre
 - Permettre aux partenaires de bénéficier de la marque sur tous les supports de communication
 - Mobiliser les acteurs du tourisme qui partagent l'intérêt de la croissance de la destination

- Adapter l'offre française à la demande touristique nationale et internationale : en termes de qualité, d'atouts liés au développement durable du tourisme
- Accompagner chacun des partenaires, privés comme publics, en vue d'accroître leur compétitivité économique : intensifier la distribution, réorienter la politique de promotion, construire des outils d'évaluation.

Les choix stratégiques prioritaires définis dans le plan marketing 2010-2015

- Développer des cibles à fort potentiel :
 - Séniors et jeunes sur des marchés matures y compris en France
 - Classes moyennes des pays émergents
- Fidéliser les cibles stratégiques :
 - Rencontres et événements professionnels
 - Familles des marchés matures y compris en France
- Restaurer le leadership de la France en ciblant les habitants du « Village mondial »
 - Personnes voyageant fréquemment et disposant d'un capital d'influence

Les portes d'entrée en Europe des clientèles des Pays à fort potentiel d'avenir sont principalement l'Allemagne et l'Angleterre



3.3.2. L'importance des synergies entre les acteurs du marketing territorial

À l'instar de ce qui est mis en place dans beaucoup d'autres régions, les acteurs présents en Lorraine doivent franchir une nouvelle étape pour inscrire leur partenariat dans cette approche marketing globale (cf. communication du CESEL sur le Tourisme) :

→ Placer le concept de management de destination au cœur de la stratégie



→ Regroupement des acteurs autour de la création d'une « marque » pour promotion et commercialisation commune Ex. Lavail Conseil, Fly Provence, Sud de France etc.



→ Développer l'approche marketing globale et partagée de "produits" touristiques lorrains

- « culturel » avec l'École de Nancy, l'art contemporain avec Pompeidou Metz,
- « histoire et mémoire » (les guerres, l'industrie etc.), le « tourisme vert »
- « agro-tourisme » (Parcs Naturels, les lacs, le patrimoine culinaire et viticole etc.)

Ex. la démarche du cabinet LAVAIL conseils à Stratford, ville natale de Shakespeare



➔ Mener des actions conjointes de prospection et promotion des sites touristiques en région et à l'extérieur de la région

Ex. bureau du Futuroscope en Espagne pour développement d'une ligne vers Poitiers

➔ Associer très largement les acteurs aux démarches de marketing territorial

Ex : Montpellier : service de l'espace public : marketing territorial, observatoire économique et stratégie pour associer les commerçants à l'animation touristique et culturelle locale.

➔ Développer une culture d'ambassadeurs de la Région à travers les réseaux sociaux

Ex. travail en lien avec les « Community manager » des Collectivités, organisation de concours photos à partir / ou en partenariat avec des applications sur Internet et Mobiles (Instagram, Flickr etc...) pour lancer l'idée et enclencher de nouvelles habitudes

➔ Regrouper les études existantes et les demandes futures sur les comportements et les habitudes des touristes et des voyageurs aériens: pour cibler les actions, identifier des potentiels d'amélioration de l'offre touristique au sens large: hôtellerie-restauration, transports etc.



Produit, prix et distribution

■ Exemples de différenciation de l'offre en fonction des marchés de provenance :

Provenance < 3/4h de vol	Provenance > 3/4h de vol
Pub web opportuniste, BtoC, citybreak	Catalogue produit BtoB, multi-destinations

Les clientèles touristiques de Provence-Alpes-Côte d'Azur
Colloque IRFUTA – ATOUT France, Aix –en-Provence

pour venir chez nous...
la route d'abord puis Train et Avion à égalité

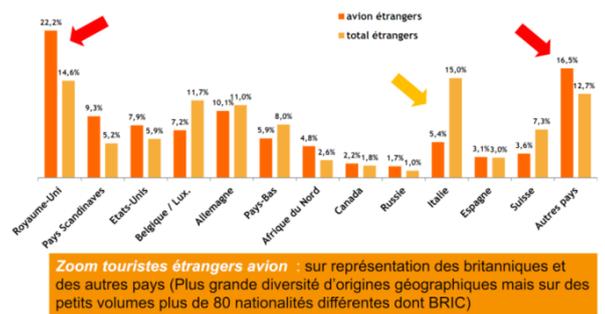


Les clientèles touristiques de Provence-Alpes-Côte d'Azur
Colloque IRFUTA – ATOUT France, Aix –en-Provence

Clientèle avion

les clientèles étrangères avant tout !

Etrangers
Europe : 75% du total des séjours et 66% des séjours avion



Les clientèles touristiques de Provence-Alpes-Côte d'Azur
Colloque IRFUTA – ATOUT France, Aix –en-Provence

donner du relief à ses vacances...notre patrimoine attire

Patrimoine et culture Découverte de village et cités de caractère Découverte des villes Visite de sites naturels, espaces protégés Visite d'un monument, d'un musée Découverte de routes touristiques Visite de jardins et parcs	← ++ pour les étrangers/ avion (85%)
Loisirs et détente Pratique de bord de mer ou de lacs Pratique de la randonnée pédestre, de la promenade Pratique d'une activité sportive de loisirs (hors randonnée pédestre) Visite d'un parc à thème, parc de loisirs ou zoo Pratique de la plaisance, nautisme Pratique du golf Thalassothérapie, remise en forme	
Achats et consommation Marchés, brocantes ... Shopping Gastronomie, dégustation Visite de vignobles, de caves	← ++ pour les étrangers/avion (53%)
Se reposer, ne rien faire Evénements Assister à un événement ou manifestation culturelle Assister à un événement sportif Autres activités	

3.4. Réflexion sur la stratégie en matière de fret

3.4.1. Éléments de cadrage du marché et de son environnement

Le marché du fret aérien concerne par définition des biens à haute valeur ajoutée, du fait de leur nature propre, de leur origine destination ou des contraintes logistiques (accessibilité, délais ...).

Il peut s'agir de **denrées périssables**, de **produits industriels** (pièces, moteurs...), documents-valise diplomatique, affaires personnelles (déménagement), d'animaux vivants (chevaux, de zoo etc.), de dépouilles (Maghreb). Le poids peut varier de quelques kg à plusieurs tonnes. Deux grands types de fret aérien se distinguent par leur modèle d'organisation :

Le Fret express

Par définition il s'agit d'un modèle logistique où les délais entre commande et livraisons sont très rapides (jour A > jour B). Il nécessite des avions dédiés et leur réseau est organisé autour d'un Hub.

Jusqu'en 2012 : 4 intégrateurs (métier à double fonction transporteur et commissionnaire) se partageaient le marché : UPS (Cologne), TNT(Liège), DHL (Leipzig), Fedex (Roissy).

En 2012, UPS a racheté TNT, il sera intéressant voir quelle conséquence cette nouvelle pourrait avoir pour le HUB de Liège (transfert Cologne ?)

Compte tenu des évolutions et mouvements constants dans l'environnement économique et réglementaire du fret aérien, il serait opportun de mettre en œuvre une stratégie marketing forte pour positionner MNL sur l'échiquier français, européen et mondial. **Une prise de contact, au plus haut niveau, avec tous les opérateurs et intégrateurs serait à organiser dans les plus brefs délais, afin de faire connaître et de valoriser les atouts de la plateforme lorraine.**

Le fret aérien non express

Il concerne principalement les échanges long-courriers entre continents et il est acheminé par deux types de vols :

- Les vols « **tout cargo** » assurés en gros porteurs long-courriers (Boeings 747 notamment) qui emportent environ **40% du tonnage**. À quelques rares exceptions telles que l'aéroport de Luxembourg qui bénéficie de l'activité d'une importante compagnie cargo basée, **Cargolux**, ces vols sont également opérés dans leur grande majorité sur les très grands aéroports mondiaux.
- Les vols **passagers réguliers long-courriers** (« général cargo ») qui emportent environ 60% de ce type de fret dans leurs soutes. En France, ces vols ne sont opérés qu'à Paris. La rentabilité est assurée par les passagers et l'offre de destinations et de fréquence est plus large.

Les critères principaux du choix d'une plateforme aérogare fret sont : Qualité, rapidité, souplesse/ réactivité, personnalisation du service

Les principaux concurrents et leurs principaux atouts :

- **Luxairport :**
 - Aéroport international, offre plus de souplesse et de rapidité de chargement qu'un plus grand comme Roissy tout en ayant la même fiabilité
 - Présence de Cargolux (opérateur tout cargo) et d'autres grands opérateurs (Air China)
- **Roissy Charles de Gaulle :** Hub d'Air France offrant toute la gamme d'avions et d'origines/ destinations
- **Orly :** offre de destinations vers l'Outre-mer et le Maghreb
- **Bruxelles, Amsterdam, Frankfurt, Bâle-Mulhouse :** offre de destinations, rapidement accessibles par la route à partir de la Lorraine

- **Strasbourg :**
 - **Réseau de « handling »** (manutention) performant liée à la présence des compagnies en propre (Air France, Lufthansa...) ou de leurs sous-traitants : traitement / conditionnement / sécurisation des marchandises sur le site puis acheminement par voie terrestre vers les grands aéroports pour réception et chargement direct dans les avions (camions spéciaux pour chargement en soutes)
 - **Proximité - souplesse - personnalisation :** traitement des colis plus rapide et moins cher que dans les grands aéroports.

Par ex. tout colis qui arrive avant 18h à Strasbourg peut être traité dans la soirée, pour une arrivée dans la nuit à Roissy et un départ dès le lendemain matin. Le prix du transport Strasbourg-Roissy est intégré (ou un petit surplus est pratiqué) car la massification avec les autres flux permet d'optimiser les coûts.

3.4.2. Une démarche proactive pour le redéveloppement d'une activité fret

L'infrastructure : les dispositions obligatoires pour la sécurisation des colis :

Les principaux éléments à l'activité fret sont déjà mis en place :

- Le scanner (RX) est installé et le personnel formé : possibilité d'accueil de palettes européennes 140 * 180 cm, de 30 kg à 1,5 t

(Adaptation possible pour un poids supplémentaire pour Terre Lorraine)

- Bâtiment fret agréé BBR

➔ **Prévoir une alternative en cas de fret «opaque» (non visible au scanner) ou de dimension ne permettant pas de passer au scanner : recours aux services canins des douanes**

Une offre de service à réactiver et à valoriser sur des destinations existantes

➔ **Assurer fiabilité du transport (selon les types d'avions)**

➔ **Communiquer auprès des opérateurs lorrains pour les sensibiliser (et ensuite les inciter à «jouer le jeu»)**

➔ **Assurer un service commercial de douane : il n'est plus sur le site depuis le départ de DHL il faut avoir recours à celui d'Ennery à la demande – à voir les possibilités de relocalisation en cas de développement plus important de l'activité**

- **Le marché import :** peut être proposé sans investissement car il ne nécessite pas de sécuriser les colis (mais les droits de trafics sont à vérifier pour chaque Pays)
- **Import-export en « général cargo »** sur l'offre régulière actuelle Algérie et Corse (Maghreb en général et les territoires insulaires peu accessibles par d'autres modes)
- **Import-export charters** peuvent être utilisés pour un mode alternatif de façon saisonnière et pour rentabiliser le retour à vide (vers l'Asie)

Une offre nouvelle à développer en fonction des opportunités à saisir

Le redéploiement des vols de nuit est une carte indispensable à jouer pour la relance du fret à l'aéroport Metz-Nancy Lorraine : c'est un atout considérable en période de reconquête et une étape vers l'ouverture de nouveaux marchés.

Pour autant, la conciliation entre cadre de vie et développement économique devra être un enjeu permanent qui pourra se traduire par :

- une limitation des vols en nombre (pour mémoire: du temps de DHL, 10 mouvements par nuit) et sur des plages horaires les moins problématiques (avant minuit)
- la mise en œuvre de campagnes d'information-sensibilisation en direction des riverains et du grand public en amont de cette relance.

Quelques éléments d'éclairage pour expliquer en quoi le risque de nuisances sonores a été réduit depuis l'expérience DHL :

- les avions récents sont plus silencieux grâce aux améliorations technologiques sur la motorisation
- la réglementation tend à restreindre toujours davantage les plages de vols des appareils plus anciens.
- Dans le cas précis de la Lorraine : des travaux d'isolation phonique des maisons riveraines ont été financés par le Conseil régional

→ Développer des partenariats avec les aéroports en misant sur le H24

- **Anticiper l'impact des évolutions réglementaires** (Plan d'exposition au bruit et quota de mouvements) **sur les grands aéroports (Aéroport de Paris et Luxembourg - Cargolux)** en recherchant des partenariats « gagnant-gagnant » : créneaux horaires contre nouveaux marchés et nouvelles destinations.

→ Étudier le potentiel fret avionné des opérateurs présents en Lorraine ou à proximité

- **Rencontrer les transitaires et des transporteurs fret** implantés en Lorraine pour analyser leurs schémas logistiques : DHL Nancy, Qualitair&Sea Ludres, SAGA, SEVA etc.
- **Identifier le potentiel de report vers MNL du fret aérien lorrain actuellement assuré par les aéroports français et voisins**

Les données des marchandises dont l'origine ou la destination se trouve en Lorraine et dont le mode de transport utilisé à la frontière française est aérien montre bien que le fret avionné lorrain est actuellement assuré par d'autres aéroports.

Cf. tableaux ci-après

Ces chiffres sont inférieurs au potentiel réel puisqu'ils ne comptabilisent pas les trafics assurés par les aéroports étrangers : **Luxembourg, Frankfort-Hahn** etc.

- **Étudier le potentiel du projet ITEC Terra Lorraine : en termes de transport et de services logistiques à développer sur la zone aéroportuaire (gestion de commandes, assemblage, emballage etc.)**

→ Étudier le potentiel de développement de nouveaux services logistique :

- **Offre de manutention spécialisée (« Handling ») dans le préacheminement vers des grandes plateformes (LuxAirport /Orly) sur le modèle de Strasbourg**

→ Se positionner dès maintenant pour anticiper le potentiel de développement à moyen-long terme

- **Démarcher les opérateurs et intégrateurs de fret express**
- **Étudier le potentiel fret intermodalité air-fer** Potentiel de développement de certaines filières sur les **produits à haute VA (produits pharmaceutiques, chimie, informatique, high-tech, textile, produits périssables).**

Cf. ORT2L sur fret express, projet Eurocarex et groupe de travail sur la reconversion de Louvigny etc.

- Inscrire dans les Plans Locaux d'Urbanisme des communes concernées **la perspective de réaliser une « voie blanche », liaison routière ou ferrée privée, pour relier l'aéroport à la gare de Cheminot.**
- Etudier le potentiel de développement de fret en dirigeable** pour des pièces de grandes dimension (industrie, aéronautique etc.)

Les données des transports de marchandises en import-export de la Lorraine dont le mode utilisé à la frontière est aérien

Pays	EXPORT en valeur (*1000 €)			EXPORT en tonnes renseignées		
	2009	2010	2011	2009	2010	2011
Afrique Centrale Sud	677	1 333	143	78	85	24
Afrique du Nord	679	1 388	838	22	33	13
Afrique Occidentale	1 243	1 724	51	31	48	6
Afrique Orientale	203	367	33	8	20	3
Allemagne			8			0
Amérique Centrale	98	663	208	19	20	8
Amérique du Sud - Atlantique	272	518	282	8	34	62
Amérique du Sud - Pacifique	156	269	5	15	26	0
Ancienne URSS - Caucase et Asie	37	635		7	22	
Ancienne URSS - Europe Orientale	221	656	1	30	198	0
Asie du Sud-Est	290	564	301	26	22	18
Australie - Nouvelle Zélande	264	393	89	45	41	0
Autre Europe du Nord	43	64	15	14	5	0
Autres pays d'Asie	1 271	3 100	3 487	94	135	122
Belgique - Luxembourg			2			0
Canada	125	276	390	7	11	17
Divers			505			4
Etats Unis	1 569	3 589	3 657	167	135	95
Europe du Sud	228	1 171	137	37	276	8
Irlande			3			0
Italie			15			0
Japon	432	918	5 827	32	41	29
Moyen Orient	636	1 574	166	48	72	0
Norvège - Svalbard	357	1 554	12	53	566	0
Océan Indien	580	900	1 639	41	55	89
Pays-Bas			6			0
Proche Orient	123	429	47	7	10	0
Suisse et Liechtenstein	1 030	9 318	344	97	1 859	2
TOM	980	828	13	4	3	0
TOTAL	11 528	32 251	18 225	894	3 735	500

L Pays PL P3	IMPORT en valeur (*1000 €)			IMPORT en tonnes renseignées		
	2009	2010	2011	2009	2010	2011
Afrique Centrale Sud	91	1 333	1 060	11	85	11
Afrique du Nord	348	1 388	172	11	33	9
Afrique Occidentale	79	1 724	1 510	8	48	30
Afrique Orientale	60	367	460	1	20	7
Amérique Centrale	508	663	733	7	20	24
Amérique du Sud - Atlantique	125	518	658	12	34	4
Amérique du Sud - Pacifique	92	269	67	2	26	0
Ancienne URSS - Caucase et Asie		635	42		22	2
Ancienne URSS - Europe Orientale	12	656	3 563	0	198	5
Ancienne Yougoslavie		18	12		2	0
Asie du Sud-Est	334	564	791	24	22	6
Australie - Nouvelle Zélande	95	393	312	3	41	1
Autre Europe du Nord		64	3		5	0
Autres pays d'Asie	4 087	3 100	3 262	123	135	62
Canada	674	276	670	3	11	19
Etats Unis	5 353	3 589	13 306	957	135	269
Europe du Sud	187	1 171	141	21	276	1
Japon	5 089	918	2 196	40	41	67
Moyen Orient	19	1 574	633	1	72	11
Norvège - Svalbard	29	1 554	24	0	566	0
Océan Indien	591	900	393	43	55	12
Proche Orient	82	429	108	0	10	1
Suisse et Liechtenstein	208	9 318	786	0	1 859	0
TOM	11	828	572	0	3	13
TOTAL	18 788	32 251	31 479	1 271	3 735	554

Source : ORT2L – données Sitram - bureaux frontières : PARIS ORLY AEROPORT, PARIS ROISSY, LYON SATOLAS AEROPORT, NANCY GARE ROUTE ET CANAL(CRD), SAINT-AVOLD CRD, STRASBOURG ENTZHEIM AEROPORT

Précaution : Depuis 2007, les entreprises ne sont plus tenues d'indiquer les tonnages transportés sur l'ensemble des types de marchandises. Aussi, les tonnes renseignées ne constituent plus qu'une indication très imparfaite du volume effectif transporté.

ANNEXES

ET GLOSSAIRE



MNL : la Reconquête

Liste des auditions

- **M. Patrick Abate**, Président de l'EPMNL, **Mme Françoise Herment**, Directeur Général, **M. Micaël Daval**, Adjoint au Directeur
- **M. Jean-Luc Ribas**, Directeur de l'aéroport de St Etienne
- **M. Thomas Juin**, Directeur de l'aéroport de La Rochelle Ile de Ré
- **M. Jean-Yves Terriot**, Directeur de l'aéroport de Poitiers
- **M. Philippe Ayoun**, Sous-directeur service études et statistiques DGAC
- **M. Pascal Garnier**, Directeur général de Vosges Aéroport
- **M. Jean-Christophe Klein**, Directeur Général de Grand Nancy Aéroport, **M. Simon Olivier** Directeur délégué, **M. Villa** Directeur exploitation et **Mme Virginie Vidal**, chargée de mission développement
- **M. Pierre Gramegna** et **M. Jeannot Erpelding**, président et directeur de la société de promotion et de développement de l'aéroport de Findel.
- **Mme Nicole Glin**, Directrice de Qualitair&sea Ludres

Contacts et rencontres

UAF (Union des aéroports de France)

Pierre Sparaco (Aéromorning)

Eric Régior Directeur de la publication de la revue Aéroport

Intervenants du séminaire IFURTA

Gwenvael Ronsin-Hardy Responsable Développement Commercial & Marketing - Véolia transdev

Chambre de Commerce d'Italie en France / délégation Grand Est Moselle

Consulat Italie et consulat d'Algérie

La Lorraine des Congrès - Olivier Grosgeorge (Nancy Congrès) et Linh Tran (Metz Congrès)

Sources d'information

Études, notes thématiques, statistiques: DGAC/OAC (études et notes), UAF, ID Aéro, IATA, Suplly Chain Magazine, Aéromorning INSEE, ORT2L

Presse spécialisée, généraliste et régionale : Les Échos – le Cercle des échos, Le Point, La Tribune, le Républicain Lorrain, L'Est républicain France 3 Lorraine, L'Essentiel, Paperjam, Mirabelle TV

Rapports : Cour des Comptes en juillet 2008 et intitulé « Les aéroports français face aux mutations du transport aérien », CESER Champagne-Ardenne « quel avenir pour l'aéroport de Vatry ? » (2010), Charles Beigbeder "Le low cost, un levier pour le pouvoir d'achat" (2007), Airscoop "Le modèle économique Ryanair" (2011)

FICHE DE PRÉSENTATION / Aéroport de Nancy-Essey GRAND NANCY AEROPOLE[®]

Données et chiffres clés

1er janvier 2012 : Délégation de service publique attribuée à la CCIT 54 pour une durée de 25 ans

Statut : SASU (société à actions simplifiées unipersonnels) - GRAND NANCY AEROPOLE[®]

Capital : 50 k€ détenu à 100 % par la CCIT 54

136 ha - 71 avions basés

Budget : Fonctionnement : 960 000€ dont 300 k€ d'avance en trésorerie de la CCIT 54 et 450 k€ contribution annuelle du Grand Nancy

Investissement 2012-2017 : 7 millions de travaux dont 2 millions pour la rénovation des bâtiments et 5 millions d'euros d'investissements complémentaires : station d'avitaillement, étude d'extension de la piste, voiries et parking...)

Activité :

Total mouvements			
2011	2012		
12 552	10 847	-13,58	%

Passagers commerciaux			
2011	2012		
1 519	1 351	-11,06	%

Mouvements commerciaux			
2011	2012		
139	147	5,76	%

Mouvements SAMU			
2011	2012		
326	355	8,90	%

Mouvements Affaires Privés			
2011	2012		
369	436	18,16	%

vente de pétrole

2011	2012	Jet A1	2011	2012	AvGas
182 431	169 049	-7,34 %	79 355	68 243	-14,00 %

Projet de développement

Deux volets de la DSP :

- exploitation, promotion, renforcement et développement du service aéronautique, entretien et renouvellement de l'ensemble des biens du périmètre « réservé » (104 ha)

- exploitation - développement de l'aéropôle (32 ha) : valorisation de la zone « non réservée » et du secteur « 7ème RHC » (régiment d'hélicoptères de combat).

Les objectifs :

- 5% de croissance annuelle
- réorganisation en pôles de compétences géographiques : optimisation de l'existant et développement d'activités nouvelles

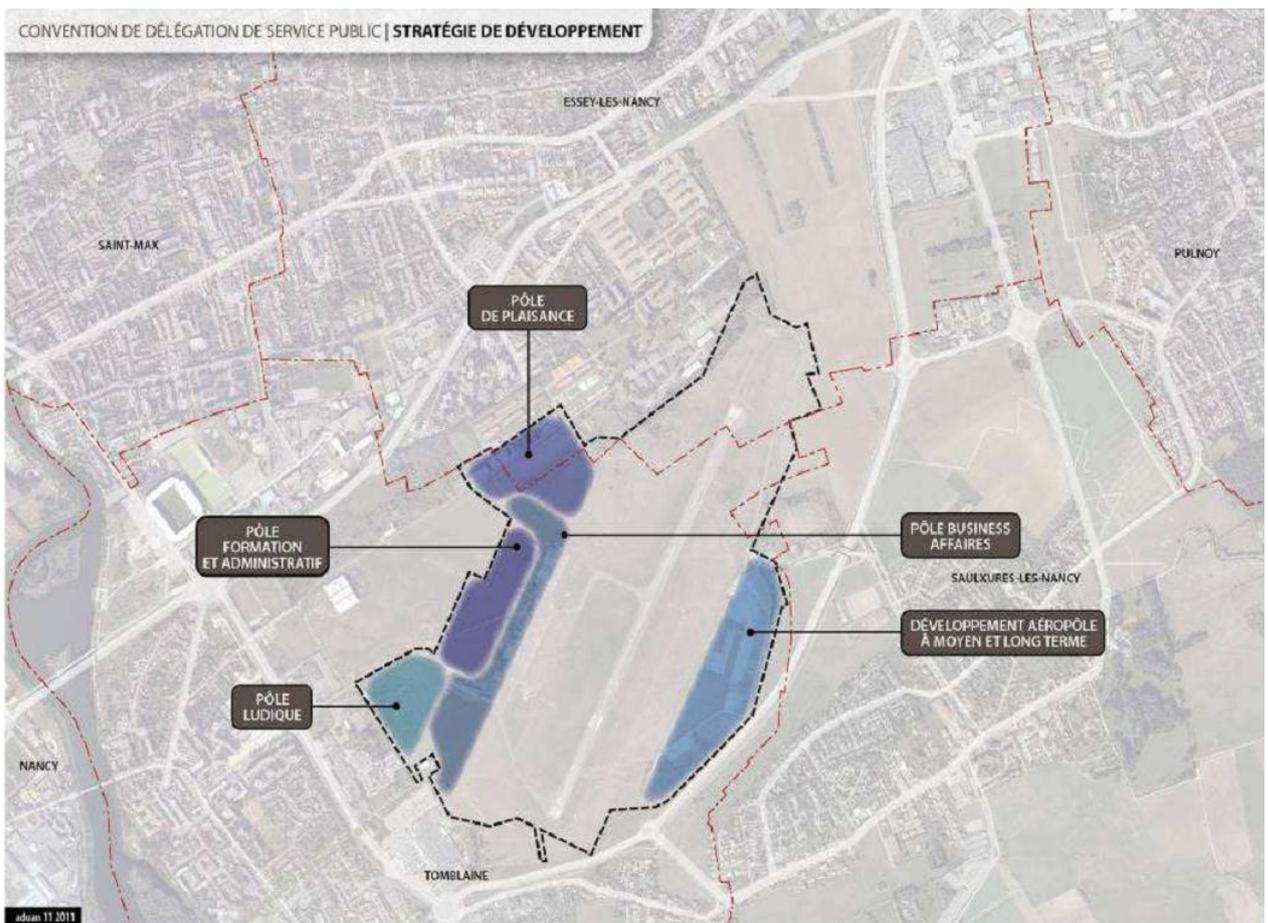
Les 4 pôles

- **pôle plaisance** : Accueillant les associations et propriétaires privés pour leurs activités de loisir
- **pôle business** (aviation d'affaires) : accès direct aux pistes
- **pôle économique** (formation, administratif, technique...)

- Regroupement des structures de formations aéronautiques
- Développement de nouvelles formations auprès des ressortissants de la CCIT 54 et des collectivités locales,
- Accueil d'entreprises (pépinière, implantations nouvelles ...)

• **pôle ludique**

- Activités grand public
- Projet de développement de la société Kart'in Oberlin (sous réserve que ce projet intègre les mesures permettant d'éviter les nuisances sonores pôles)



FICHE DE PRÉSENTATION / Vosges Aéroport

	2007	2010	2011	var° 11/10	var° 11/07
passagers					
locaux	739	234	171	-26,9%	-25,4%
internationaux	371	48	126	162,5%	-19,4%
nationaux	368	186	45	-75,8%	-34,3%
TOTAL passagers	739	234	171	-26,9%	-25,4%
mouvements commerciaux	272	93	97	4,3%	-18,6%
mvmts non commerciaux	5 971	3 630	4 247	17,0%	-6,6%
locaux	3 715	2 002	2 438	21,8%	-8,1%
voyages	2 256	1 628	1 809	11,1%	-4,3%
TOTAL mouvements	6 243	3 723	4 344	16,7%	-7,0%

1- Grandes étapes de l'histoire de l'aéroport d'Epinal-Mirecourt

- **1953- 1966 : base de l'OTAN**, utilisée comme terrain de dégagement, d'où sa localisation éloignée de 40 km d'Epinal.
- **1968 : gestion transférée par le CG88 à la CCI d'Épinal** (qui deviendra la CCI 88 après fusion avec CCI St Dié) : l'aéroport devient un outil d'aménagement du territoire.
- **80'- 90' : développement de l'activité ligne régulière et charter.**

Une ligne régulière vers Paris (2 allers/retours par jour), qui totalise environ 10 000 passagers par an, est la 1ère destination jusqu'en 2007. Après une 1ère réduction de la voilure à 17 places pour anticiper l'arrivée du TGV, suppression de la ligne.

La société d'avions-taxis (Air Service Vosges) propose des vols d'affaires pour les entreprises et des vols pour le tourisme. Elle a également cessé ses activités en 2007, la CCI88 actionnaire à 100%, a préféré laisser la place au marché, mais aucune reprise n'a été opérée avec succès.

Les compagnies aériennes de vols charter (URSS, Europe de l'Est, méditerranée) ont transféré leur activité à MNL fin 90', à l'exception de quelques niches

- **2000' : le « package » d'activités** proposées repose sur 2 piliers :
 - entraînement des gros modules (99 % des compagnies y ont recours)
 - vols d'affaires (faible activité)
 - ateliers de maintenance (cf. rapport 2003) ?
- **2007-2008 : décentralisation** de la propriété des aéroports de l'État vers les Collectivités : le CG 88 devient propriétaire (décision par décret), une convention de service public est signée entre l'État et le CG.
- **2009-2010 : lancement de l'appel d'offre** pour la délégation de service public (DSP). La CCI 88 (gestionnaire) en partenariat avec Kéolis (développeur) obtiennent le marché (réponse le 23/12/09 pour démarrage 1/01/10).

2- Mode de gestion et gouvernance

L'aéroport est géré par la société d'exploitation de l'aéroport de Mirecourt (**SEAEM**) dans le cadre d'une **DSP sur la période 2010-2022**.

Le capital est détenu à :

- 49% par la CCI 88
- 51% Kéolis, puis par Super Airport Infrastructure à partir de 2012

La gouvernance est assurée par :

- Président : Président CCI 88 M. Claudel
- DG : Eve Monnet de Kéolis
- Directeur opérationnel : Pascal Garnier

L'équipe est composée de 9 salariés sont sous statut CCPA (convention collective du personnel aérien) après transfert du statut consulaire dans des conditions identiques :

- 4 pompiers (autorisés sur WIM 24-60)
- 3 agents AFIS (contrôle aérien)
- 2 agents de maintenance

L'objectif de la DSP est le **maintien de la capacité de l'aéroport et le développement foncier** de la zone. Le business plan présenté par le délégataire et validé par le délégant fixe le montant de la compensation pour sujétion de service publique (subvention d'équilibre) lissée sur 12 ans. Elle détermine également la responsabilité du délégataire à couvrir 100% des pertes et à redistribuer 50% des excédents de recettes.

3- Stratégie de développement

Une stratégie ambitieuse de long terme, axée sur le redéveloppement des vols charters à court terme

Suite aux actions de démarchages et de représentations de la CCI et du développeur Kéolis, l'investisseur indien Super Airport Infrastructure a intégré la SEAEM en reprenant les parts de Kéolis.

Une des conditions était d'obtenir l'accord bilatéral France-Inde, autorisant les vols à destination et en provenance d'Inde à l'aéroport d'Épinal Mirecourt. **Ce faisant, l'aéroport devient alors le 4ème et dernier aéroport français, après Paris, Lyon et Nice.**

L'investisseur indien, M. J.V. Chowdhury, construit un aéroport en Inde à Calacal, près de Pondichery. Il cherche à **structurer un HUB pour développer les relations Inde-UE**, voire à terme à organiser du **transit Inde-UE-USA** (cf. modèle Dubaï pour USA-Émirats-Asie). Il étudie également un modèle économique de « low cost sur long courrier ».

La durée de la DSP ne permet pas de réaliser des investissements importants mais peut constituer une période de test avant une éventuelle reprise privée.

C'est dans cette logique de **test d'attractivité commerciale** que l'offre vers Tunis a été mise en place.

Atouts de Vosges aéroport

- Positionnement géographique stratégique :
 - Accès au marché UE
 - zone de chalandise étendue : densité population dans rayon de 2h d'accès
 - éloigné des zones urbanisées (pas de problème de voisinage, pas de révision du PEB plan d'exposition au bruit)
- Foncier disponible : 200 ha
- Possibilité d'extension de la piste
- Taxes moins élevées (qu'à Paris Roissy, vu d'Inde)
- Parking gratuit
- Ouverture H24 sur demande pour le forte ou entraînement, avions taxis ou privés

FICHE DE PRÉSENTATION / Lux-Airport

LUX-Airport (Findel) un statut d'aéroport national, détenu à 100% par l'Etat.

Il est présidé par Tom Weisgerber et rattaché administrativement au Ministère des Transports et du Ministère du Développement Durable.

Le capital a été porté en 2011 à 7, 577 millions €.

Une société est chargée de sa promotion : elle est présidée par M. Gramegna, ancien DG de la Chambre de Commerce du Grand Duché et dirigée par M. Erpelding, issu de Cargolux.

Lux Air Group est le principal opérateur pour le trafic passagers (**Lux Air Air line, Lux Air Tour et Lux Fret Holding**) et **Cargolux**, l'équivalent pour le fret « tout cargo ».

5ème aéroport de fret européen, 30ème aéroport de fret mondial

Une croissance moyenne de 2%/an sur les 10 dernières années, ce qui est comparativement assez modéré. Les volumes du fret ont souffert de la crise économique. Le fret au Findel est assuré presque uniquement par du tout cargo. Il n'accueille pas de grands avions qui demandent des capacités de maintenance et des investissements dans l'accueil d'un tel nombre de passagers.

Stratégie

La création d'un nœud logistique fort à l'aéroport du Findel est une priorité du gouvernement luxembourgeois. Le Grand-Duché a une politique en faveur de la logistique et dans un environnement marqué par d'autres sites : **port de Mertert**, le prochain **Eurohub Sud à Bettembourg** (nœud autoroutier, ancien site BSA, terrains disponibles, gare de triage de Bettembourg). Des possibilités de synergies existent pour le Findel avec le rail et la route. M. Gra-

magna préside d'ailleurs le **cluster logistique**. Définition en cours d'une stratégie logistique multimodale au Luxembourg.

CargoLux et **Luxair** ont conclu un accord avec l'aéroport de **Vatry** pour pouvoir y atterrir, mais cela reste sporadique. Les vols Luxair sont récents à Vatry, ils pourraient y avoir été mis en place afin d'augmenter la zone de chalandise.

L'aéroport du Findel est utilisé à la moitié de sa capacité mais il ne cherche pas à faire du chiffre en faisant venir le maximum de passagers, comme Vatry qui doit assurer tout d'abord sa viabilité.

Aucune stratégie de recherche active de compagnies lowcost n'est mise en œuvre afin de ne pas bouleverser les équilibres existants dans un secteur en forte mutation.

L'accueil récent de la compagnie Easyjet qui propose des vols vers Londres (destination concurrentielle sur lequel 3 compagnies sont déjà présentes), a été assez mal perçu par les syndicats des salariés de Lux Air à l'origine de **fortes tensions** au sein de l'instance de concertation (la conférence tripartite).

La stratégie est axée sur les liaisons avec les centres économiques européens et les projets apportant une forte valeur ajoutée.

Tourisme

Une des principales missions de M. Erpelding est de coordonner les acteurs du tourisme (Etat, associations) au Luxembourg pour l'établissement d'une stratégie commune en la matière. Il n'y a jamais eu trop d'efforts pour attirer des touristes aériens au Luxembourg (dits touristes « entrants »).

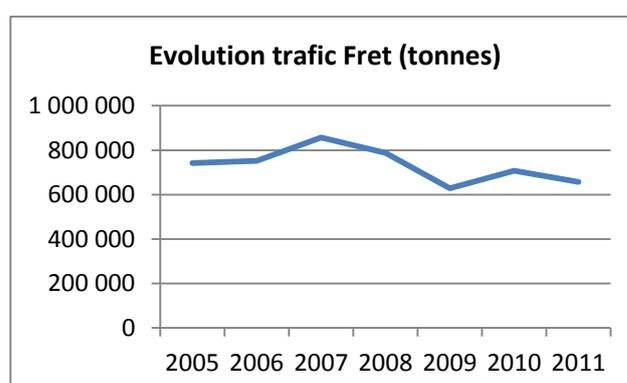
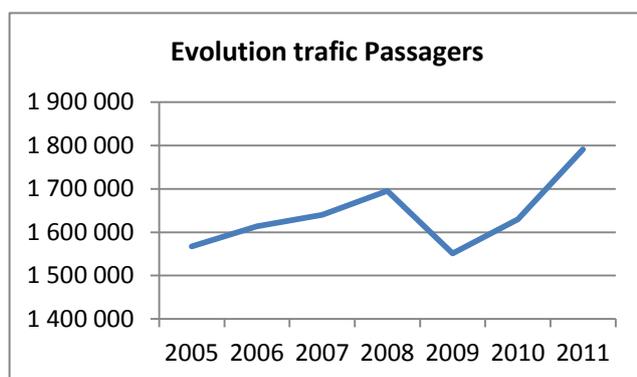
- **Mise en place d'actions de repérage de marchés potentiels en la matière, en Asie ou en Europe.**

- Développement envisagé du tourisme d'affaires, mais la réflexion à ce sujet n'a pas encore commencée : potentiel lié aux sommets européens organisés à Luxembourg en octobre, avril et juin.
- Difficultés de positionnement fort dans la Grande Région tant que porte d'entrée du fret en Europe et comme plate-forme de référence du transport de passagers : les compagnies françaises sont souvent gérées à Paris et le Luxembourg est souvent rattaché à la Belgique dans l'organisation interne des entreprises.

Les obstacles :

- Difficultés sur les vols charters : nécessité d'une masse critique, d'au moins 150 personnes de manière régulière, et de prix aller /retour relativement bas.
- Concurrence sur le fret très forte entre les aéroports des environs.

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Passagers	1 567 468	1 613 475	1 640 252	1 695 772	1 551 344	1 630 165	1 791 255
Fret (tonnes)	742 341	752 326	856 449	787 971	628 462	707 349	656 651



Éléments financiers – comptes de résultats

	2010	2011		2010	2011
CONS. MARCHANDISES, MATIÈRES PREMIÈRES ET CONSOMMABLES CONSUMPTION OF GOODS, RAW MATERIALS AND CONSUMABLES	3.296.167,99	3.418.732,09	MONTANT NET DU CHIFFRE D'AFFAIRES NET SALES	35.584.864,74	37.920.757,96
AUTRES CHARGES EXTERNES OTHER EXTERNAL CHARGES	11.319.544,43	12.236.667,96	REPRISES DE CORRECTIONS DE VALEUR VALUERE-ADJUSTMENTS	0	6.255,87
FRAIS DE PERSONNEL PERSONNEL EXPENSES	10.347.437,05	10.618.122,87	AUTRES PRODUITS D'EXPLOITATION OTHER OPERATING INCOME	12.726.611,82	12.924.333,30
CORRECTIONS DE VALEUR VALUE ADJUSTMENTS	13.544.587,26	14.207.523,19	AUTRES INTÉRÊTS ET AUTRES PRODUITS FINANCIERS OTHER INTEREST AND FINANCIAL INCOME	197.447,96	520.436,65
AUTRES CHARGES D'EXPLOITATION OTHER OPERATING EXPENSES	750.805,22	1.203.128,65	PRODUITS EXCEPTIONNELS EXTRAORDINARY INCOME	58.951,35	4.659,82
INTÉRÊTS ET AUTRES CHARGES FINANCIÈRES INTEREST AND OTHER FINANCIAL EXPENSES	2.413.995,23	3.407.425,43	TOTAL DES PRODUITS TOTAL INCOME	48.567.875,87	51.376.443,60
CHARGES EXCEPTIONNELLES EXTRAORDINARY EXPENSES	13.512,95	14.667,47			
IMPÔTS SUR LE RÉSULTAT ET AUTRES IMPÔTS INTEREST ON THE RESULT AND OTHER TAX	866.420,53	880.740,58			
PROFIT DE L'EXERCICE PROFITS	6.015.405,21	5.389.435,36			
TOTAL DES CHARGES TOTAL EXPENSES	48.567.875,87	51.376.443,60			

FICHE DE PRÉSENTATION / Frankfurt Hahn

- 2nd biggest German Cargo Airport – full freighter movements & general cargo, FRA – HHN
- 3rd biggest German Cargo Airport – excl. KEP, just general cargo FRA – MUC – HHN
- 5th biggest German Cargo Airport (Source: ADV 2011) FRA – LEJ – CGN – MUC – HHN – but incl. KEP logistics
- 24h Full and most unrestricted 24h license in Germany
25% of the cargo movements currently between 11pm and 5am
- 560 ha Airport site, only 280 ha though developed
- 99 Companies on airport site
- 402 Employees at Frankfurt-Hahn Airport GmbH
- 3031 Employees on the whole airport site

Year	Parking	Shop area
2002	3.433	180 m ²
2003	5.243	1.170 m ²
2004	9.736	1.995 m ²
2005	9.970	3.695 m ²
since 2006	10.000	3.695 m ²

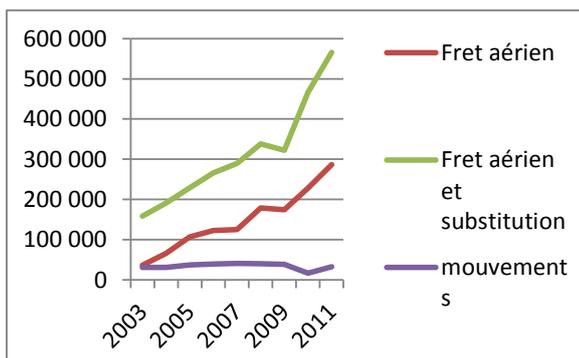
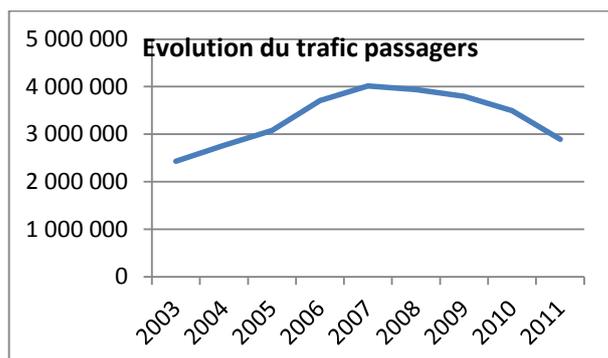
Compagnies aérienne : OLT Express ; Ryanair ; SunExpress ; Wizz Air

Avantages tarifaires

No approach fees	= Saving of xxx Euro per approach
Short taxi times	= Saving fuel + time
No holding patterns	= Saving fuel + time
Landing + ramp charges	= 30% savings compared to Hubs

Landing fee daytime	= 2,58 EUR per to MTOW per Mvmt (Bonus List) = 2,65 EUR per to MTOW per Mvmt
Landing fee nighttime	= 4,02 EUR per to MTOW per Mvmt (Bonus List) = 4,14 EUR per to MTOW per Mvmt
Ramp Handling incl. Groundops	As per requested services
Parking of aircraft	2-3 hrs free of charge based on MTOW
Parking of aircraft after 4 hours	24 hrs/2,00 EUR based on MTOW
Parking of aircraft after 48 hours	24 hrs/3,00 EUR based on MTOW

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Trafic passagers	2 431 783	2 760 379	3 079 528	3 705 088	4 015 155	3 940 585	3 793 958	3 493 629	2 894 363
Fret aérien	36 575	66 145	107 305	123 165	125 049	179 375	174 664	228 547	286 416
Fret aérien et substitution	158 873	191 114	228 920	266 174	289 404	338 490	322 170	466 429	565 344
mouvements	31 058	31 484	37 283	39 610	40 980	40 586	38 970	17 081	32 923



FICHE DE PRÉSENTATION / Aéroport de Sarrebruck et Zweibrücken

Sarrebruck

Compagnies aériennes : Sky airlines; Luxair ; Air Berlin; SunExpress

Mouvements

Jahr	Gew. Linie	Verkehr Charter	Gesamt Linie & Charter	nicht-gew. Verkehr	Gesamt
1998	7.240	6.021	13.261	7.558	20.819
1999	7.491	7.192	14.683	7.280	21.963
2000	7.970	8.171	16.141	4.972	21.113
2001	6.740	4.624	11.364	3.582	14.946
2002	7.979	3.957	11.936	3.228	15.164
2003	7.256	4.377	11.633	3.378	15.011
2004	6.531	4.032	10.563	3.201	13.764
2005	6.291	4.453	10.744	3.458	14.202
2006	6.469	4.539	10.980	4.047	15.055
2007	7.046	4.011	11.057	3.464	14.521
2008	11.173	3.475	14.648	2.596	17.244
2009	9.686	2.912	12.598	3.093	15.691
2010	8.775	4.983	13.758	2.487	16.245
2011	7.307	4.641	11.948	2.535	14.483

Passagers

Jahr	Gew. Linie	Charter	Gesamt Linie & Charter	nicht-gew. Verkehr	Gesamt
1998	126.231	293.449	419.680	10.070	429.750
1999	134.228	308.634	442.862	3.810	446.672
2000	149.693	332.902	482.595	1.971	484.566
2001	141.676	338.354	480.030	831	480.861
2002	144.542	316.757	461.299	946	462.245
2003	135.100	323.083	458.183	1.502	459.685
2004	128.498	331.355	459.853	1.560	461.413
2005	136.178	350.052	486.230	1.256	487.486
2006	125.188	295.033	420.221	1.422	421.643
2007	176.690	173.263	349.953	639	350.592
2008	360.694	157.226	517.920	368	518.288
2009	335.684	134.249	469.933	214	470.147
2010	331.780	159.469	491.249	166	491.415
2011	368.314	84.000	452.314	1.338	453.652

Zweibrücken

Nombre passagers Mouvements

2006 ~ 78.000 2006 ~ 23.160

2007 ~ 288.000 2007 ~ 26.474

2008 ~ 327.000 2008 ~ 27.000

2009 ~ 338.000 2009 ~ 21.000

2010 ~ 265.000 2010 ~ 16.000

2011 ~ 224.000 2011 ~ 14.500

Compagnies aériennes : Tuifly; Sky airlines ; Tunisair; Fly Pegasus; Hamburg Airways ; Air Via (bulgarian airways) ; Air Berlin

Tour opérateurs : TUI ; L'tur ; alltours ; Fti; Neckermann

Données UAF 2012

CLASSEMENT 2012 DES AEROPORTS

Trafic annuel passagers > 100 000

Classement métropole	METROPOLE	PAX	2012/2011	OUTRE MER	PAX	2012/2011	Classement avec Outre Mer
1	Paris Charles de Gaulle	61 556 202	1%				1
2	Paris - Orly	27 232 263	0,3%				2
3	Nice Côte d'Azur	11 189 896	7,4%				3
4	Lyon-Saint Exupéry	8 451 039	0,2%				4
5	Marseille Provence	8 295 479	12,7%				5
6	Toulouse - Blagnac	7 559 350	8,2%				6
7	Bâle - Mulhouse	5 349 872	6%				7
8	Bordeaux	4 428 072	7,7%				8
9	Beauvais - Tillé	3 862 562	5%				9
10	Nantes Atlantique	3 631 693	11,9%				10
				La Réunion Roland Garros	2 067 764	-3.3 %	11
				Guadeloupe - Pôle Caraïbes	1 994 575	-2.7 %	12
				Martinique - Aimé Césaire	1 639 749	-5.1 %	13
11	Lille - Lesquin	1 397 637	20%				14
12	Montpellier - Méditerranée	1 288 215	-1,9%				15
13	Ajaccio - Napoléon Bonaparte	1 218 705	3,6%				16
14	Strasbourg	1 166 110	8%				17
				Tahiti - Faa'a	1 152 593	-1,5 %	18
15	Biarritz - Anglet - Bayonne	1 084 200	5,0%				19
16	Brest - Bretagne	1 070 461	8,0%				20
17	Bastia - Poretta	1 003 728	-2,1%				21
18	Pau - Pyrénées	609 535	-5%				22
19	Toulon-Hyères	578 881	0,1%				23
				Nouméa - La Tontouta	486 171	-1,4 %	24
20	Figari - Sud Corse	459 049	3,4%				25
21	Rennes - Saint-Jacques	453 121	4,7%				26
				Cayenne - Félix Eboué	425 941	-2.2 %	27
22	Tarbes Lourdes Pyrénées	409 465	-9,5%				28
23	Carcassonne en Pays Cathare	395 733	7,5%				29
24	Clermont-Ferrand - Auvergne	385 676	-3,3%				30
				Noumea Magenta	385 303	12,0%	31
25	Perpignan - Rivesaltes	349 871	-5,6%				32
26	Grenoble - Isère	314 183	-6,7%				33
27	Calvi - Sainte-Catherine	312 623	6,2%				34
28	Limoges	306 837	-8,4%				35
				Mayotte - Dzaoudzi Pamandzi	303 980	-5,1%	36
29	Bergerac Dordogne Périgord	284 393	-1,6%				37
30	Metz-Nancy-Lorraine	277 780	-0,4%				38
				Bora Bora	253 115	-0,7%	39
31	La Rochelle - Ile de Ré	236 736	3,3%				40
32	Chambéry - Savoie	228 291	-2,3%				41
33	Béziers - Cap d'Agde	223 807	15,3%				42
				Raiatea	204 424	0,9%	43
				Saint Martin Grand Case	199 005	-4,8%	44
34	Nîmes-Alès-Camargue-Cévennes	184 850	-4%				45
35	Lorient - Bretagne Sud	176 331	-3,1%				46
36	Tours - Val-de-Loire	169 341	39,9%				47
				Lifou	162 001	19,9%	48
37	Rodez - Aveyron	156 474	10,6%				49
				Saint Barthélemy	152 168	0,7%	50
38	Deauville - Normandie	142 230	9,6%				51
39	Dinard - Pleurtuit - Saint-Malo	138 478	3,2%				52
				Huahine	120 706	-16,4%	53
40	Poitiers-Biard	118 383	8%				54
41	Saint-Etienne - Bouthéon	110 471	2,6%				55
42	Quimper - Cornouaille	110 073	-2,2%				56
43	Caen - Carpiquet	100 769	0,7%				57

Données sur les trafics low-cost 2012

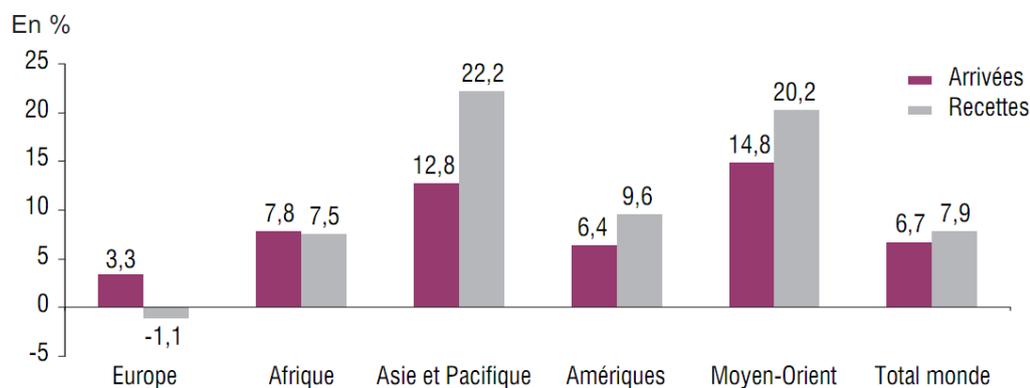
AÉROPORTS	TRAFIC LOW COST		VARIATION
	2011	2012	2012/ 2011
Paris - Orly	6 445 815	6 848 456	6.2 %
Paris Charles de Gaulle	5 429 264	5 357 030	-1.3 %
Beauvais - Tillé	3 676 663	3 859 940	5%
Nice Côte d'Azur	3 427 006	3 835 089	11.9 %
Bâle - Mulhouse	2 614 465	2 716 337	3.9 %
Toulouse - Blagnac	1 607 090	1 906 159	18.6 %
Lyon St Exupéry	1 763 262	1 842 954	4.5 %
Marseille Provence	1 392 512	1 823 775	31%
Bordeaux	978 200	1 349 900	38%
Nantes Atlantique	707 067	1 097 332	55.2 %
TOTAL	28 041 344	30 636 972	9,3%

TOTAL GENERAL	32 107 275	35 159 470	9,5%
----------------------	-------------------	-------------------	-------------

Aéroports dont le trafic low-cost est supérieur à 50% de l'activité

Aéroports	trafic total	trafic low cost	%
Beauvais - Tillé	3 862 562	3 859 940	99,93
Carcassonne en Pays Cathare	395 733	394 367	99,65
Nîmes-Alès-Camargue-Cévennes	184 850	180 728	97,77
Béziers - Cap d'Agde	223 807	215 872	96,45
Dinard - Pleurtuit - Saint-Malo	138 478	131 545	94,99
Paris Vatry	87 745	81 692	93,10
Tours - Val-de-Loire	169 341	156 789	92,59
Saint-Etienne - Bouthéon	110 471	97 215	88,00
Bergerac Dordogne Périgord	284 393	244 376	85,93
La Rochelle - Ile de Ré	236 736	202 771	85,65
Limoges	306 837	242 799	79,13
Avignon	29 965	18 854	62,92
Poitiers-Biard	118 383	70 881	59,87
Rodez - Marcillac	156 474	88 556	56,59
Bâle - Mulhouse	5 349 872	2 716 337	50,77

Évolution 2009 / 2010 des arrivées et des recettes du tourisme mondial par zone de destination



Source : memento tourisme 2011

Arrivées de touristes internationaux des 20 pays les plus visités

Rang		Pays	Arrivées de touristes (en millions)					Évolution 2010/2009 (en %)	Part des arrivées mondiales (en %)	
1980	2010		1980	1990	2000 (r)	2009 (r)	2010 (p)		1980	2010
1	1	France	30,1	52,5	77,2	76,8	77,1	0,5	10,6	8,2
2	2	États-Unis	22,5	39,4	51,2	55,0	59,8	8,8	7,9	6,4
18	3	Chine*	3,5	10,5	31,2	50,9	55,7	9,4	1,2	5,9
3	4	Espagne	22,4	34,1	46,4	52,2	52,7	1,0	7,9	5,6
4	5	Italie	22,1	26,7	41,2	43,2	43,6	0,9	7,8	4,6
7	6	Royaume-Uni	12,4	18,0	23,2	28,2	28,1	-0,2	4,4	3,0
52	7	Turquie	0,9	4,8	9,6	25,5	27,0	5,9	0,3	2,9
9	8	Allemagne	11,1	17,0	19,0	24,2	26,9	10,9	3,9	2,9
25	9	Malaisie	2,1	7,4	10,2	23,6	24,6	3,9	0,7	2,6
8	10	Mexique	11,9	17,2	20,6	21,5	22,3	3,8	4,2	2,4
5	11	Autriche	13,9	19,0	18,0	21,4	22,0	3,0	4,9	2,3
-	12	Ukraine	nd	nd	6,4	20,8	21,2	1,9	nd	2,3
-	13	Russie	nd	nd	19,2	19,4	20,3	4,4	nd	2,2
28	14	Hong Kong	1,7	6,6	8,8	16,9	20,1	18,7	0,6	2,1
6	15	Canada	12,9	15,2	19,6	15,7	16,1	2,3	4,5	1,7
27	16	Thaïlande	1,9	5,3	9,6	14,2	15,9	12,0	0,7	1,7
16	17	Grèce	4,8	8,9	13,1	14,9	15,0	0,6	1,7	1,6
-	18	Égypte	nd	nd	5,1	11,9	14,1	17,9	nd	1,5
13	19	Pologne	5,7	3,4	17,4	11,9	12,5	4,9	2,0	1,3
-	20	Macao	nd	nd	5,2	10,4	11,9	14,7	nd	1,3
Total des 20 pays **			179,9	286,0	452,3	558,6	586,7	5,0	63,2	55,2
Total monde			284,8	436,1	683,6	881,4	940,1	6,7	100,0	100,0

Recettes du tourisme international des 20 premiers pays bénéficiaires

Rang		Pays	Arrivées de touristes (en milliards \$ US)					Évolution 2010/2009 (en %)	Part des recettes mondiales (en %)	
1980	2010		1980	1990	2000 (r)	2009 (r)	2010 (p)		1980	2010
1	1	États-Unis	10,1	43,0	82,9	94,2	103,5	9,9	9,8	11,3
4	2	Espagne	7,0	18,5	30,0	53,2	52,5	-1,2	6,8	5,7
2	3	France	8,2	20,2	33,0	49,5	46,6	-5,8	8,0	5,1
34	4	Chine*	0,6	2,2	16,2	39,7	45,8	15,5	0,6	5,0
3	5	Italie	8,2	16,5	27,5	40,2	38,8	-3,6	8,0	4,2
6	6	Allemagne	6,6	14,2	18,7	34,7	34,7	0,1	6,4	3,8
5	7	Royaume-Uni	6,9	15,4	21,9	30,1	30,6	1,3	6,8	3,3
24	8	Australie	1,0	4,2	9,3	25,4	30,1	18,6	0,9	3,3
19	9	Hong Kong	1,3	5,0	5,9	16,4	22,2	35,1	1,3	2,4
46	10	Turquie	0,3	3,2	7,6	21,3	20,8	-2,1	0,3	2,3
27	11	Thaïlande	0,9	4,3	7,5	15,7	19,8	26,2	0,8	2,2
7	12	Autriche	6,4	13,4	9,8	19,4	18,7	-3,8	6,3	2,0
-	13	Macao	nd	nd	3,2	17,6	nd	nd	nd	nd
52	14	Malaisie	0,3	1,7	5,0	15,8	18,3	15,9	0,3	2,0
10	15	Canada	2,3	6,3	10,8	13,7	15,7	14,7	2,2	1,7
9	16	Suisse	3,1	7,4	6,6	13,8	15,0	8,8	3,1	1,6
-	17	Inde	nd	nd	3,5	11,1	14,2	27,9	nd	1,5
-	18	Singapour	nd	nd	5,1	9,4	14,1	50,0	nd	1,5
-	19	Japon	nd	nd	3,4	10,3	13,2	28,2	nd	1,4
15	20	Pays-Bas	1,7	4,2	7,2	12,4	13,0	5,1	1,6	1,4
Total des 20 pays**			64,9	179,8	315,0	543,7	567,5	7,9	63,4	61,8
Total monde			102,4	270,2	475,5	851,2	918,1	7,9	100,0	100,0

* Hors Hong Kong et Macao.

** Hors nd.

Source : Organisation mondiale du tourisme.

Arrivées de touristes internationaux par région mondiale de destination

	En millions									Part relative de la région (en %)			
	1980	1990	2000 (r)	2006 (r)	2007 (r)	2008 (r)	2009 (r)	2010 (p)	Évolution 2010/2009 (en %)	1980	1990	2000	2010
Europe	196,0	262,3	392,5	461,6	482,9	484,4	460,8	476,1	3,3	68,8	60,1	57,4	50,6
Afrique	7,1	15,2	27,9	39,5	43,2	44,4	46,0	49,6	7,8	2,5	3,5	4,1	5,3
Asie et Pacifique	22,2	56,2	110,1	166,0	182,0	184,1	181,0	204,1	12,8	7,8	12,9	16,1	21,7
Amériques	53,7	92,8	128,2	135,8	144,0	148,0	140,7	149,7	6,4	18,9	21,3	18,8	15,9
Moyen-Orient	5,8	9,6	24,9	39,3	45,6	55,2	52,9	60,7	14,8	2,0	2,2	3,6	6,5
Total monde	284,8	436,1	683,6	842,2	897,7	916,1	881,4	940,1	6,7	100,0	100,0	100,0	100,0

Source : Organisation mondiale du tourisme.

Recettes du tourisme international par région mondiale de destination

	En milliards \$ US									Part relative de la région (en %)			
	1980	1990	2000 (r)	2006 (r)	2007 (r)	2008 (r)	2009 (r)	2010 (p)	Évolution 2010/2009 (en %)	1980	1990	2000	2010
Europe	61,7	142,9	231,7	376,9	434,0	471,8	411,5	406,9	-1,1	60,2	52,9	48,7	44,3
Afrique	2,7	6,4	10,3	24,6	29,5	30,3	28,6	30,8	7,5	2,6	2,4	2,2	3,4
Asie et Pacifique	9,0	46,5	85,4	156,5	186,3	208,6	203,2	248,2	22,2	8,8	17,2	18,0	27,0
Amériques	25,5	69,3	131,4	154,1	171,7	189,1	165,9	181,8	9,6	24,9	25,6	27,6	19,8
Moyen-Orient	3,5	5,1	16,8	29,9	35,0	40,0	42,0	50,5	20,2	3,4	1,9	3,5	5,5
Total monde	102,4	270,2	475,5	742,1	856,6	939,8	851,2	918,1	7,9	100,0	100,0	100,0	100,0

Source : Organisation mondiale du tourisme.

CONVENTION D'APPLICATION 2013 DE FINANCEMENT DES INVESTISSEMENTS DE LA ZONE AEROPORTUAIRE METZ NANCY LORRAINE
Annexe n° 1 : Description des opérations et montant de la participation de la Région Lorraine

Renouvellement des biens d'exploitation

"Acquisitions en renouvellement du parc matériel et mobilier". Cf. article 26 de la Convention d'objectifs

Code opération	Bien à renouveler	Domaine d'activité	Age de l'équipement	Conséquence en cas de non renouvellement	2012	2013	2014	2015	Remarque
A.1	Dégivreuse	service piste	30	Pannes fréquentes de ces matériels vétustes ce qui ne permet plus le dégivrage des avions et occasionne donc une analyse de l'activité de l'aéroport.	415 000 €	415 000 €			Plus de pièces de rechange. La vétusté des équipements ne permet plus d'obtenir la bonne concentration du produit utilisé.
A.2	Dégivreuse	service piste	30						
A.3	Tracteur de piste	service piste	20	Difficulté de trouver des pièces pour la maintenance des ces engins anciens. Indispensables aux activités d'assistance des avions, leur indisponibilité ralentit très fortement l'activité de l'aéroport.	35 000 €	35 000 €			Engins fortement sollicités au quotidien.
A.4	Tracteur de piste	service piste	20		35 000 €				
A.5	Tracteur de piste	service piste	20		35 000 €				
A.6	Tracteur de piste	service piste	20			35 000 €			
A.7	Loader	service piste	20	Dotation d'origine par la Région. Hauteur limitée du loader, difficultés à traiter les gros avions				750 000 €	
A.8	Escabeau autotracté	service piste	20	Engin ancien victime de pannes ce qui pénalise fortement l'exploitation.		200 000 €		500 000 €	Dotation d'origine par la Région
A.9	Tapis bagages motorisé	service piste	14	Engin ancien victime de pannes ce qui pénalise fortement l'exploitation.					
A.10	Véhicule de maintenance	service technique	20	Véhicule à bout de souffle très utilisé au quotidien pour les opérations de maintenance courante de l'aéroport.	22 000 €				Véhicule ancien en très mauvais état
A.11	Remplacement groupe électrogène	service piste	14	Ce groupe électrogène ancien permet d'assurer la continuité de l'alimentation des instruments et du balisage de la piste. Il touche donc directement à la sécurité aérienne.				300 000 €	
Total participation Région Lorraine					547 000 €	650 000 €	300 000 €	1 750 000 €	

Acquisition de biens d'exploitation complémentaires

"Acquisitions d'extension du parc matériel et mobilier". Cf. article 26 de la Convention d'objectifs

Code opération	Nature du bien	Domaine d'activité	Intérêt	2012	2013	2014	2015	Remarque	
B.1	Appareil mécanisé pour aider à monter les PMR à bords des avions	service piste / prestataire sécurité	Matériel indispensable pour la sécurité des clients et des agents (risque d'accident et orot de retard des agents). Permet d'améliorer l'image et la qualité de service de l'aéroport s'agissant du transfert à bord des avions des personnes à mobilité réduite.	20 000 €					
B.2	Escabeau autotracté complémentaire	service piste	Cet équipement complémentaire permettra de traiter plus rapidement (meilleure qualité de service) les arrivées multiples de charters l'été. Un escabeau non motorisé vétuste pourra être mis au rebut.		415 000 €				
B.3	Tracteur de déneigement + silo à sel + gerbeur	voie d'accès aéroport	Ces équipements complémentaires permettront d'assurer en direct via du personnel de l'aéroport, le déneigement et le salage de la route d'accès à l'aéroport (qui dessert également la zone d'activité).				100 000 €	Dans l'attente; prestation sous-traitée	
B.4	Tracteur de piste	service piste			35 000 €				
B.5	Chariot d'assistance	service piste			40 000 €				
B.6	Convoyeur intérieur avions	service piste	Amélioration de la qualité de travail du personnel, garantie d'une meilleure efficacité du service		230 000 €				
B.7	Tracteur entretien lame	espace vert		105 000 €					
Total participation Région Lorraine					125 000 €	720 000 €	0 €	100 000 €	

Remise en état et/ou mise en conformité des bâtiments et infrastructures (dont les chaussées aéroportuaires)						
"Dépenses relevant d'un caractère exceptionnel et non renouvelable". Cf. article 26 de la Convention d'objectifs						
Code opération	Opération	Conséquence en cas de non réalisation	2012	2013	2014	2015
C.1	<p>Réfection et extension des chaussées aéroportuaires :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Maîtrise d'œuvre globale (et autres prestations intellectuelles : SPS, contrôle technique) - Remise en état du taxiway T1 (Fissures et rainures à traiter) - Remise en état du taxiway T2 (Fissures et rainures à traiter) - Remise en état du taxiway T3 (Accotements à reprendre entièrement, fondations à purger, fissures et rainures à traiter) - Remise en état du taxiway T4 (Accotements à reprendre entièrement, fondations à purger, fissures et rainures à traiter) - Remise en état du parking P (PAX) (Fissures et joints à traiter) - Remise en état parking F (fre) (Caniveaux à reprendre, fissures et joints à traiter) - Provision liée au développement futur 	Ces travaux touchent à l'infrastructure de l'aéroport et sont indispensables pour assurer la pérennité des ouvrages et le développement des activités.	60 000 €	60 000 €	590 000 €	145 000 €
C.2	<p>Rénovation et reconstruction de l'aérogare :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Maîtrise d'œuvre globale (et autres prestations intellectuelles : SPS, contrôle technique) - Etude d'optimisation des consommations d'énergies (chauffage gaz, électricité, carburants liquides) - Création d'un comptoir litige bagage en salle arrivée internationale - Aménagements des comptoirs vols vacances - Aménagements des salles départs et arrivées - Rénovation de l'éclairage de l'aérogare - Réfection de sols, murs et plafonds - Rénovation de la signalétique - Remplacement de mobiliers - Rénovation de l'accueil, de la brasserie et création d'un espace de vente (presse, journaux, produits régionaux,...) - Création de toilettes en salle d'embarquement "nationale" - Mise en œuvre d'écrans et bornes internet - Création d'une zone d'attente pour les enfants (espace TV, jeux,...) 		60 000 €	15 000 €	600 000 €	300 000 €
C.3	<p>Travaux liés à des mises aux normes sûreté / sécurité dans l'aérogare :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Remplacement du sas anti-retour entre la piste et l'aérogare (remplacement) (Matériel existant obsolète, qui ne permet pas le transfert des PMR) - Mise aux normes sûreté de différents équipements dans l'aérogare : tapis arrivée bagages, création d'une salle de réconciliation, comptoir PMR,.... 		68 000 €	255 000 €		
C.4	<p>Remise à niveau des bâtiments d'exploitation :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Remplacement d'armoires électriques anciennes (MGI, aérogare) - Traitement du joint de dilatation sur le garde-corps de la mezzanine - Création d'une cloison coupe-feu entre les locaux de vie et le hangar à matériel (MGI) (risque d'émission de gaz d'échappement dans les locaux de vie) - Mise en œuvre de cônes de récupération des échappements des camions SSLA - Remplacement des têtes de détection incendie du bâtiment fret - Remise à niveau des mâts d'éclairage du parking F (Installation d'origine / obligation réglementaire / remise à niveau des luminaires) - Remise en état de façades de bâtiments (bâtiment tertiaire, hangar ex. postal,...) - Investissements informatiques - étude pour la structuration d'un hangar pour stocker du matériel d'exploitation 		550 000 €	200 000 €	100 000 €	50 000 €
C.5	<p>Remise en état de la charpente tridimensionnelle de l'aérogare :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Partie extérieure : remise en peinture et remplacement de barres rouillées - Partie intérieure : remise en peinture 	La charpente métallique qui soutient le toit de l'aérogare présente des traces de rouilles importantes qui vont nécessiter, outre la remise en peinture, le changement de certains éléments.		40 000 €	110 000 €	
C.6	<p>Remise en état des périphériques de la route régionale d'accès à l'aéroport et à la zone d'activité :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Remplacement / rénovation signalisation verticale (panneaux routier) - Marquage horizontal voie d'accès aéroport - Remise en état des lampadaires 	Signalisation d'origine délavée par les conditions climatiques. Incidence sur la sécurité routière de cette route régionale.	40 000 €		22 000 €	
C.7	<p>Remplacement et remise en état de cuves à carburant :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Traitement de la cuve à carburant "engins" - Traitement de la cuve à carburant "groupes électrogènes ballastage" - Traitement de la cuve à carburant "chauffière" - Traitement de la cuve à carburant "groupe électrogène aérogare" 	Ces cuves à carburant, anciennes, doivent être remises aux normes.	40 000 €			25 000 €

C.8	Bâtiment tertiaire / réseau téléphonique : - Travaux sur la rocade téléphonique + réagencement du local technique téléphonique - Création d'une liaison reports de défaut groupe froid climatisation	Ces aménagements doivent permettre d'allouer davantage de lignes téléphoniques dans ce bâtiment, en lien avec le souhait d'accueillir davantage d'occupants.		48 000 €	
C.9	Parking VI et traitement des accès devant l'aérogare : - Remise à niveau à minima des caisses parking VI. (Non-conformité au niveau de l'information reçue par le comptable public) - Installation de plots (et caméras) pour limiter l'accès des véhicules devant l'aérogare (problème de sécurité publique / sûreté) - Rénovation complète du système de barrières + caisses pour le parking VI. (équipement vétuste dont la maintenance devient complexe faute de pièces détachées)	Les installations liées au parking VI, nécessitent une remise en état global ainsi que divers aménagements pour limiter l'accès au parvis de l'aérogare (sécurité des personnes et sûreté aéroportuaire).	70 000 €	60 000 €	50 000 €
C.10	Travaux sur le ballage des chaussées aéroportuaires : - Mise en place du ballage lumineux axial sur les taxiways T1 et T2 - Ballage diurne T3, T4 et parkings P et F		40 000 €	80 000 €	80 000 €
Total participation Région Lorraine			928 000 €	630 000 €	650 000 €
Total participation Région Lorraine (3 volets)			1 595 000 €	2 000 000 €	2 000 000 €

18/12/2012

CONVENTION PLURI-ANNUELLE 2012-2015 DE FINANCEMENT DES INVESTISSEMENTS DE LA ZONE AEROPORTUAIRE METZ NANCY LORRAINE

Annexe n° 2 : Description des opérations financées par l'EPMNL

Renouvellement des biens d'exploitation						
Bien à renouveler	Domaine d'activité	Age de l'équipement	Conséquence en cas de non renouvellement	2012	2013	Remarque
Camion VIM 60 sécu 3	SSLIA	17	Remplacement d'un camion ancien. L'indisponibilité de ce type de matériel directement lié à la sécurité aérienne provoque le déroutement des avions.	600 704 €		Bien lié aux missions régaliennes : le pré-financement est réalisé par l'EPMNL, l'Etat remboursant sur une durée d'amortissement à convenir
Remplacement d'appareils respiratoires isolants (4) et de bouteilles d'air respirable (8)	SSLIA	20	Non-conformité par rapport aux standards imposés par la réglementation.		6 000 €	Bien lié aux missions régaliennes : le pré-financement est réalisé par l'EPMNL, l'Etat remboursant sur une durée d'amortissement à convenir
Véhicule VIS sécu 1	SSLIA	16	Véhicule ancien fortement utilisé au quotidien, victime de pannes ce qui justifie son remplacement. Dégradation de la qualité de service et du secours à personnes.		40 000 €	Bien lié aux missions régaliennes : le pré-financement est réalisé par l'EPMNL, l'Etat remboursant sur une durée d'amortissement à convenir
Total				600 704 €	46 000 €	

Remise en état et/ou mise en conformité des bâtiments et infrastructures						
Opération	Conséquence en cas de non réalisation	2012	2013	Remarque		
Remplacement de l'EDS (appareil pour analyser le contenu des bagages mis en soute) + modification du convoyeur associé	Obligation réglementaire. L'équipement ne répond plus aux normes en vigueur, s'agissant de la sûreté aéroportuaire.	183 467 €		Bien lié aux missions régaliennes : le pré-financement est réalisé par l'EPMNL, l'Etat remboursant sur une durée d'amortissement à convenir		
Total		183 467 €	0 €			
Total		784 171 €	46 000 €			

Glossaire

Couch surfing - "Passer d'un canapé à l'autre" - Tourisme d'immersion, système d'échange d'hébergement temporaire chez l'habitant

DGAC - Direction générale de l'aviation civile

EEE - Espace économique européen

IATA - Association internationale du transport aérien

IFURTA - Institut de Formation Universitaire et de Recherche du Transport Aérien

OAC - Observatoire de l'aviation civile

OACI - Organisation de l'aviation civile internationale

PAX - Passagers

TBC - Transporteur à bas coût (low cost en français)

UAF - Union des aéroports français

Woofing - Tourisme d'immersion, échange de petits travaux et services contre le gîte et le couvert



CONSEIL ÉCONOMIQUE SOCIAL ET ENVIRONNEMENTAL DE LORRAINE

Hôtel de Région - Place Gabriel Hocquard
BP 81004 - 57036 Metz Cedex 1
Tél. 03 87 33 60 26 - Fax 03 87 33 61 09

www.ceselorraine.eu - cese@lorraine.eu
www.facebook.com/ceselorraine
www.twitter.com/ceselorraine

AVRIL 2013