

L'AÉRIEN FRANÇAIS EST-IL ANESTHÉSIÉ ?

➤ Frédéric Pierret, président de Tourisme & Stratégie SAS et intervenant à l'UTA

AIR & COSMOS A CONFIE À FRANCIS MASSÉ UNE RUBRIQUE INTITULÉE CIEL OUVERT. DANS LE CADRE DE L'UNIVERSITÉ DU TRANSPORT AÉRIEN DE L'ENAC (UTA), IL PRENDRA SOIN DE NOURRIR LES RÉFLEXIONS SUR LA FILIÈRE DE L'AIR ET DE L'ESPACE DANS SES ENJEUX ÉCONOMIQUE, GÉOPOLITIQUES ET ENVIRONNEMENTAUX MAIS ENCORE CULTURELS ET SOCIÉTAUX. IL VEILLERA À CE QUE LES MEILLEURS ACTEURS ET LES MEILLEURS CONNAISSEURS DE CE SECTEUR DU TRANSPORT S'EXPRIMENT ET PUISSENT ÉCHANGER AVEC LES LECTEURS SUR LA BASE D'ARGUMENTS FONDÉS, SOIT PAR DES INTERVIEWS OU PAR DES TRIBUNES DIRECTES DANS CIEL OUVERT. DANS CETTE RUBRIQUE LA PAROLE EST DONNÉE À FRÉDÉRIC PIERRET. ANCIEN DIRECTEUR DU TOURISME AU MINISTÈRE DU TOURISME, ANCIEN DIRECTEUR EXÉCUTIF DE L'ORGANISATION MONDIALE DU TOURISME, INITIATEUR PUIS DIRECTEUR GÉNÉRAL D'ALLIANCE 46.2 – ENTREPRENDRE EN FRANCE POUR LE TOURISME –, FRÉDÉRIC PIERRET EST ACTUELLEMENT PRÉSIDENT DE TOURISME & STRATÉGIE SAS ET INTERVENANT À L'UTA. IL NOUS ALERTE ICI SUR UN SECTEUR AÉRIEN EN PROIE À DE VRAIES DIFFICULTÉS, MAIS QUI, SELON LUI, DOIT RÉAGIR ET SORTIR DES SENTIERS BATTUS S'IL VEUT RESTAURER SON IMAGE.

A lors que, depuis l'abandon de Notre-Dames-Landes, le doute s'était déjà installé, c'est le 21 juin dernier que chacun a pu constater que la bataille était perdue : les sept propositions adoptées par la Convention citoyenne pour le climat en matière de transport aérien se fondaient sur la conviction, sans que l'ombre d'un chiffre fiable ne vienne l'étayer, que le transport aérien était une source si importante d'émission de CO₂ qu'il fallait radicalement et urgemment en réduire l'usage. Qu'on en juge à la lecture de son rapport :

« En effet, l'avion est aujourd'hui un moyen de transport

fortement émetteur de CO₂. » ;

« Le secteur aérien (...) reste un moyen de transport fortement carboné. » ;

« L'objectif de cette proposition est d'augmenter l'écocontribution afin de mieux refléter les dommages environnementaux générés par l'aviation. » ;

« Cette proposition vient limiter la croissance du trafic aérien, car il est aujourd'hui fortement émetteur de CO₂. » ;

« L'objectif est d'agir sur les vols internationaux, qui sont une source très importante d'émissions de CO₂. ».

Le secteur aérien et avec lui ses fournisseurs et ses clients ont donc bien perdu la bataille de

l'opinion, ou plutôt sa première manche, au point que 88 % des 150 citoyens supposés représentatifs de la population française ont adopté ces mesures à bien des égards stupéfiantes.

On aurait pourtant pu croire que la situation catastrophique dans laquelle la crise sanitaire a plongé l'ensemble du secteur aurait conduit à un minimum de retenue, à défaut de compassion, à l'égard des millions de salariés dont l'emploi est aujourd'hui menacé et des milliers d'entreprises qui vont disparaître au niveau mondial. Rien n'y fit.

On aurait tort de n'y voir qu'un épisode passager : il exprime cruellement que la méfiance à l'égard de l'avion est désormais ancrée dans l'opinion tout en ayant déserté le terrain de la raison. La dévotion dont fit internationalement l'objet une Suédoise de 15 ans prônant le « flygskam » en dit long sur l'irrationalité qui affecte désormais la question.

CRISE SANITAIRE.

Loin de freiner ce courant, la crise sanitaire est même susceptible de l'aggraver. Après les violents chocs qu'a subis notre pays depuis cinq ans (attentats de 2015, gilets jaunes, grèves liées à la réforme des retraites), on sent bien que les esprits sont prêts à suivre les idées les moins raisonnées et les moins raisonnables. La « tentation amish » en fait partie, avec, notamment, le transport aérien en ligne de mire.

Déjà, des groupes passent à l'acte. Le 26 juin 2020, un commando se disant écologiste pénétrait sur une piste d'Orly pour

réclamer la suppression des vols intérieurs. Le 3 octobre, c'est sur le tarmac de Charles de Gaulle que d'autres faisaient irruption.

Nous venons d'avoir la confirmation que cette « tentation amish » a désormais gagné les sphères gouvernementales. Bien sûr, chacun pensait jusqu'à maintenant que la pression médiatique alliée à l'air du temps s'exerçait sur le gouvernement, mais que, fondamentalement, nos ministres étaient bien conscients qu'on ne pouvait pas impunément étouffer un secteur si vital et si emblématique de l'excellence française. Ce n'est plus vrai. Il suffisait d'entendre, ce jeudi, Barbara Pompili expliquer au micro de RTL que, non seulement le projet de T4 à Charles de Gaulle était abandonné et que les autres projets aéroportuaires étaient virtuellement condamnés, mais argumenter de surcroît que la crise sanitaire allait durablement remettre en cause la croissance du trafic aérien. Il ne faut pas être bien malin pour comprendre que d'autres pays européens, tout comme la Chine et les Etats-Unis, vont, dès la fin de la pandémie, moderniser leurs aéroports pendant que la France perdra progressivement sa place dans le transport aérien mondial. Le projet de loi climat et résilience confirme cette redoutable évolution. Il y a deux ans, le 14 juin 2019, Elisabeth Borne déclarait à l'Assemblée nationale qu'une mesure interdisant les vols domestiques qui ne feraient pas économiser plus de deux heures trente par rapport à un même trajet en train serait « cer-

tainement contraire à la liberté d'entreprendre et à la liberté d'aller et venir ». Nous y sommes désormais.

Mais que fait l'industrie du transport aérien, se dira-t-on ?

Nul doute que tous les responsables des affaires publiques des entreprises concernées sont mobilisés. Sauf que ce ne sont plus en priorité les décideurs qu'il faut convaincre, mais l'opinion publique qui fait les sondages et les choix électoraux. Et sur ce terrain-là, la voix du secteur est inaudible ou, quand elle émerge, immédiatement décrédibilisée.

QUE FAIRE ALORS ?

Trois conditions sont nécessaires :

1- D'abord, créer du savoir. Aussi paradoxal que cela puisse paraître, le considérable stock de données dont disposent les entreprises du secteur, ainsi que les organismes publics et associatifs qui les concernent sont loin d'être utilisés à plein pour créer un savoir apte à remettre les impacts du transport aérien dans leurs contextes.

Qui sait, par exemple, l'évolution moyenne de la consommation de carburant des avions par kilomètre/passager sur les cinquante dernières années ?

Qui sait que l'ensemble du transport aérien français émet chaque année moins de CO₂ que la principale centrale thermique à charbon allemande ?

Qui sait les impacts directs et indirects sur l'emploi, en France et en Europe, ainsi que sur la création de valeur dans notre pays, des mesures et des calendriers préconisés par la Convention citoyenne sur le climat ?

Qui sait que l'automutilation à laquelle se livre la France en matière aérienne n'aura qu'un impact infinitésimal sur le réchauffement climatique mondial ?

Qui sait l'impact culturel de la croissance du transport aérien sur la meilleure compréhension entre les peuples, la chute de

dictatures, l'évitement ou une durée moindre des conflits armés ?

Qui sait les pas de géants réalisés par les industries de l'aérien depuis la publication des 235 objectifs liés à la protection de l'environnement proposés par le Conseil consultatif pour la recherche aéronautique en Europe dans son agenda stratégique de recherche dès 2012 ?

Qui sait le travail réalisé au niveau européen par l'initiative Clean Sky depuis 2008 ?

Qui sait les progrès réalisés ces dernières années par l'Onera, notamment en matière de réduction des nuisances sonores ?

Un point noir subsiste toutefois : la faiblesse des études sur les clientèles de l'aérien. Cette faiblesse a déjà coûté cher à la France à la fin des années 1990, pendant que les Britanniques et les Irlandais révolutionnaient les modèles économiques du court et du moyen-courrier. Elle pourrait coûter encore plus cher demain, en empêchant les industries aériennes françaises de faire de leurs clientèles leurs alliées dans l'opinion.

Enfin, une large part des propositions novatrices en matière de changement climatique pourrait être tout à fait acceptable si elles étaient assorties d'un calendrier réaliste. Il est frappant de constater que l'exigence de l'urgence dont elles sont systématiquement assorties n'est en rapport ni avec leur faisabilité, ni avec leur impact réel, en réalité très faible, sur ledit changement climatique.

On pourrait multiplier les exemples, tant la liste est longue, des sujets d'études qui, traités de façon un peu sérieuse, sont susceptibles de modifier substantiellement l'image du transport aérien.

2- Ensuite diffuser ce savoir indépendamment des entreprises du secteur. Aujourd'hui, un secteur économique qui défend ouvertement sa cause est immédiatement décrédibilisé car soupçonné de ne voir que son seul profit au détriment de l'in-

térêt de la planète. Le secteur ferroviaire l'a bien compris qui, en s'abritant derrière tel think tank, se livre à des attaques continues et d'une bonne foi toute relative contre l'aérien, basées de surcroît sur des chiffres biaisés, tout en prêchant sa propre cause dont chacun sait qu'en France elle se distingue par son exceptionnellement faible productivité, son coût considérable pour la dette publique assorti d'une culture de la grève absolument unique au monde. Et pourtant, ça marche !

Et le secteur aérien apparaît bien absent de ces débats où il figure désormais en position d'accusé.

3- Enfin, diversifier les formats de communication et les canaux de diffusion du savoir. Concrètement, combien de parlementaires, combien de décideurs, combien de journalistes lisent aujourd'hui l'intégralité d'un rapport parlementaire ou d'une étude sérieuse sur des sujets aussi techniques que celui qui nous intéresse ? Ce n'est plus là que se forme l'opinion mais sur les réseaux sociaux, sur les blogs, sur ceux des supposés influenceurs, et, pour encore une part, sur la presse spécialisée en ligne. Quant aux formats, ils se sont extraordinairement diversifiés, depuis la web TV ou le MOOC jusqu'au Power Point en passant par le webinar, le dessin satirique, la vidéo courte, le digest bien conçu, l'executive summary efficace, le slogan percutant, l'interview, la conférence TED... Si le secteur est capable de s'adapter à ces formats et ces canaux, alors il pourra espérer inverser la tendance.

RÉUNION.

Une telle démarche demande, avant toutes choses, la réunion d'un groupe d'entreprises et/ou



d'organismes décidés à reprendre la main sur l'image du secteur et souhaitant participer à un tel projet. Elle aurait au moins un précédent. Durant l'année 2013, une vingtaine de grandes entreprises du tourisme, lassées de voir leur secteur si peu reconnu par les gouvernants et menacé par de nouvelles taxes, se sont regroupées et ont commencé à sortir quelques études inédites. Comme par enchantement, dès avril 2014, on a vu deux ministres de poids se disputer la tutelle du tourisme, une première sous la V^e République qui confiait jusqu'alors avec constance ce portefeuille à un secrétaire d'Etat de troisième rang. S'ensuivirent, durant les dix-huit mois suivants, non seulement une série de mesures concrètes pour le secteur (abandon d'un projet de super taxe de séjour, aménagement de la fiscalité des investissements des hébergements, travail le dimanche dans les commerces, promotion de la gastronomie, crédits de promotion...), mais, surtout, l'érection du tourisme au rang de priorité nationale, du jamais-vu en France.

De toute évidence, ce type d'initiative est à la portée des entreprises de l'aérien. ■