

## A la une / Entretien

**Arezki Idjerouidène, P-DG d'Aigle Azur, à Liberté**

# “Rapprocher nos clients de leurs régions”

Après le lancement de la ligne Marseille-Alger, le 26 octobre dernier, Arezki Idjerouidène, P-DG de la compagnie Aigle Azur, nous livre, dans cet entretien, les challenges qui attendent autant la compagnie aérienne française que le groupe Gofast dont elle fait partie

**Liberté :** Un vol inaugural en direction de Marseille est à marquer d'une pierre blanche dans l'histoire d'Aigle Azur, tout comme son rayonnement sur le bassin méditerranéen. Quelle est la clé de ce succès ?

**Arezki Idjerouidène :** Je ne sais pas si cette nouvelle desserte marquera d'une pierre blanche, comme vous le dites, l'histoire d'Aigle Azur. Je ne peux que l'espérer. Ce que je sais, c'est qu'il serait bien présomptueux de ma part que de l'affirmer aujourd'hui, car seul l'avenir nous le dira. D'autant, que l'ouverture du Marseille/Alger, bien qu'entrant depuis longtemps dans nos objectifs, n'a jamais été pour nous une fin en soi. Bien au contraire ! Elle n'est que le début d'une nouvelle et grande aventure pour la compagnie, comme l'ont été le Paris-Alger, le Paris-Oran, etc. Avec ceci de particulier, c'est que Marseille, en raison de sa double appartenance géographique, à la fois européenne et méditerranéenne, occupe une situation stratégique idéale pour nos dessertes vers le Sud et, notamment vers l'Algérie. L'ouverture de cette nouvelle ligne vers la capitale algérienne vient en quelque sorte parachever un travail de préparation entamé depuis longtemps. Aujourd'hui, en effet, au sein de la compagnie, Marseille-Provence est une plateforme tout à fait indépendante, bénéficiant de ses propres moyens humains et matériels, disposant de façon permanente de deux appareils totalement dédiés aux 32 vols hebdomadaires que nous effectuons désormais vers Alger et vers 7 autres destinations en Algérie.

**Expliquez-nous la vision d'Aigle Azur sur la desserte de certaines villes algériennes que l'on n'imagine pas rentables ?**

De grands changements s'opèrent. Pas seulement à Alger, mais aussi autour de toutes les capitales régionales où de véritables pôles économiques sont en train de naître. Toutes ces régions aspirent à un développement réel et rapide de leur économie. Seulement, rien ne peut se faire sans voies de communication fiables et performantes. La modernisation du réseau ferroviaire, la construction de l'autoroute est-ouest et la réalisation d'infrastructures aéroportuaires modernes vont accroître leurs échanges et surtout permettre à leurs habitants de se déplacer plus facilement et sans contraintes. Des besoins nouveaux sont donc à prévoir, notamment dans le secteur du transport aérien international et naturellement celui du domestique. C'est dans cette perspective que nous nous préparons. Mais ce n'est pas la seule raison. Ma politique, principalement sur l'Algérie, n'est pas axée sur l'unique base de rendement ou de profit calculé par ligne. Mon but est de rapprocher nos clients de leurs régions et ainsi faciliter leurs déplacements. C'est en plaçant la clientèle au cœur de notre politique de développement qu'Aigle Azur pourra la fidéliser. Je rappelle qu'en dehors d'Alger, nous sommes déjà présents dans 13 capitales régionales que nous desservons, pour certaines quotidiennement, à partir des 7 plus grandes villes françaises. Ce qu'aucune compagnie étrangère, avant nous, n'a encore jamais fait. La relation que nous entretenons avec l'Algérie relève d'une approche toute particulière, elle est vécue dans sa globalité et s'inscrit, de ce fait, dans la durée. Ce qui nous importe aujourd'hui est d'assurer la multiplication en surface de notre présence en Algérie ainsi que la consolidation de son ancrage dans les régions encore peu ou mal desservies.

**Quelles sont les parts de marché détenues par votre compagnie en Algérie et quel est le nombre de passagers transportés durant la saison estivale ?**

Je ne crois pas qu'il faille parler de parts de marché en Algérie. Ce concept ne me plaît guère. Parce que je n'ai jamais eu l'impression de partager quoi que ce soit avec qui que ce soit, mais plutôt de faire bénéficier d'un

service à un grand nombre de passagers possibles. Le marché algérien n'est ni extensible ni ouvert, il dépend en grande partie de la politique de délivrance des visas et l'incitation au voyage n'est pas facile ni toujours possible. Le nombre de passagers voyageant annuellement entre la France et l'Algérie est connu et n'évolue que très lentement. De plus, son caractère saisonnier nous oblige à nous mobiliser durant de courtes périodes où nous devons intervenir avec de très gros moyens. C'est ce que nous faisons chaque année durant la saison estivale, les fêtes et les vacances scolaires en mettant en place un véritable pont aérien afin de contenir et transporter les centaines de milliers de passagers. Nous mobilisons pratiquement les mêmes moyens dans le sens inverse. Cette année, durant la saison estivale, nous avons transporté près de 310 000 passagers entre juillet et août. Evidemment, l'on peut toujours déterminer un taux par rapport à l'ensemble du trafic et donner le chiffre de 42 % du nombre de passagers transportés annuellement.

Pour quelle raison le projet d'acquisition de la compagnie maritime Cnan Maghreb Lines n'a-t-il pas abouti ? Cet incident pourrait-il vous décourager de tenter une nouvelle expérience ?

À l'origine, nous étions candidats à une prise de participation dès l'ouverture de leur capital des deux entités Cnan. La première, la CML, filiale chargée du transport de passagers, qui est aujourd'hui dissoute, est donc une affaire définitivement classée. C'est sur la seconde Cnan Nord, filiale chargée du cargo, que les choses se sont compliquées. Les négociations que nous avons entreprises, il y a de cela près de trois ans, sont actuellement au point mort. Une situation que je regrette profondément. Je la regrette d'autant que le groupe Gofast a respecté, dès son élaboration, l'ensemble des termes du cahier des charges. Les problèmes sont, en effet, apparus avec les nombreuses et nouvelles exigences qui sont venues dénaturer complètement le projet. Mais, rassurez-vous, je n'abandonnerai pas si facilement, j'en ai déjà vu d'autres et je suis aussi têtu que la bureaucratie. Ma volonté d'aboutir à un accord est toujours intacte et cette expérience supplémentaire n'affecte nullement mes projets.

La flambée des prix du pétrole s'est répercutée sur les charges supportées par toutes les compagnies aériennes du monde. À quel point en avez-vous été affecté ?

Naturellement, comme toutes les compagnies du monde, Aigle Azur n'a pas été épargnée par la hausse vertigineuse du prix du baril de pétrole. Cette flambée nous l'avons ressentie sur tous les aéroports où nous avons pour habitude de nous approvisionner. Elle a été, cependant, beaucoup plus importante sur certains aéroports tels que Tamanrasset, Djanet et... Hassi-Messaoud où les tarifs étaient de 12%, voire 15 % supérieurs à ceux d'Alger. Il y a eu pire, à Bamako, ce précieux liquide était affiché à plus de 40% du prix payé à Paris. D'une manière générale chacun a géré ces augmentations à sa façon. Quant à nous, nous avons, bien sûr, été affectés. Mais nous ne pouvions, décemment, faire supporter la totalité de cette hausse par le passager.

L'acquisition récente d'un nouvel appareil porte la flotte d'Aigle Azur à 11 appareils, vous siégez désormais au sein de l'alliance IATA depuis juillet dernier et vous décrochez le label IOSA. Quel sera le prochain challenge de la compagnie ?

Vous savez, dans une compagnie comme la nôtre, les challenges sont quotidiens. Chaque jour qui passe connaît son lot de problèmes qu'il faut résoudre. Ce sont généralement de petits tracas que tous les chefs d'entreprise connaissent. Notre rôle est de les identifier et de les régler dès qu'ils surviennent car leur accumulation peut constituer un frein sinon un danger pour la bonne marche de l'entreprise. L'aérien est un secteur très sensible, où la gestion des problèmes est surveillée en permanence. Aussi, percevons-nous notre admission au sein d'IATA et l'obtention du label IOSA, comme la reconnaissance, par nos pairs et par de hautes instances, de notre mérite et du sérieux de notre travail. Seulement, nous ne pouvons nous satisfaire que de cela. Pour exister, nous devons avancer continuellement. Le développement de nouvelles lignes et la desserte de destinations long courrier font partie des défis qui nous attendent et que nous avons à relever.

L'obligation de s'aligner sur les prix d'Air Algérie vous a poussé à vous distinguer. Quel est l'argument d'Aigle Azur ?

Je peux vous confirmer aujourd'hui, qu'entre les trois compagnies qui desservent la France en direct et les six

autres qui le font via d'autres capitales européennes, la concurrence est souvent rude, principalement l'hiver. Aigle Azur, pour sa part, s'est fixée comme objectif pour 2009 d'augmenter ses coefficients de remplissage et proposer une tarification que l'on retrouve chez nos voisins, pays touristiques qui drainent un volume de touristes 8 à 10 fois supérieurs au nôtre.

Seriez-vous intéressé à opérer des dessertes nationales lorsque le ciel algérien sera ouvert au privé ? Voilà un projet qui m'a toujours tenu à cœur, le dernier peut-être avant ma retraite. J'ai eu une première expérience en Algérie peu concluante, comme pour d'autres opérateurs d'ailleurs. Peut-être n'était-ce pas le moment ? L'ouverture du ciel s'est faite dans la précipitation alors que les règles n'étaient pas toutes mises en place. Je l'avoue, en 1998, je n'y croyais pas à cette libéralisation. Rappelez-vous, à l'époque, des boutiques de vêtements étaient encore gérées par l'État... alors parler d'ouverture de l'espace aéronautique si complexe me paraissait paradoxal. Aujourd'hui, les choses ont naturellement bien changé.

Où en êtes vous avec le projet de "Dar El Djazair" en France ?

Ce projet me tient à cœur depuis près de vingt ans. Je pars de ce principe simple que j'ai souvent énoncé et toujours appliqué. Il est de notre devoir d'aller vers le client et non l'inverse. La présence de la Maison d'Algérie en France va donc dans ce sens. Le groupe Gofast, à travers sa compagnie Aigle Azur, s'est proposé de mettre à disposition ses infrastructures afin d'aider et de faciliter la promotion de l'Algérie en France et en Europe. Je le fais tout simplement parce que c'est mon pays et que j'éprouve parfois un sentiment de jalousie vis-à-vis des représentations d'autres pays installées en France. L'Algérie est un grand pays et son potentiel touristique est immense. Il dispose d'énormes atouts qu'il faut absolument promouvoir afin de permettre à notre pays de figurer parmi les destinations touristiques idéales en Méditerranée. En ce sens, Aigle Azur accompagnera cette initiative du ministère du Tourisme par une politique tarifaire incitative et attrayante. La Maison d'Algérie est donc sur les rails et son officialisation ne saurait tarder.

Est-il question, dans l'immédiat, de nouveaux projets en Algérie pour le groupe Gofast ? L'hôtellerie dans le sud du pays, par exemple ?

Depuis quelques années, en effet, nous nous intéressons à certains secteurs annexes de notre activité. Je veux parler du tourisme qui est une activité intimement liée à notre branche passagers. Cette dernière s'est considérablement développée dans les pays du Maghreb, malheureusement, en Algérie elle n'est encore qu'à ses balbutiements. Il y a environ deux ans, le groupe Gofast reprenait les activités d'un tour opérateur célèbre, spécialisé dans les destinations du Sud. Cette acquisition nous a permis de mettre un pied dans la profession et de nous en imprégner. Nous nous intéressons à des projets hors du tourisme balnéaire. Nous envisageons la construction d'hôtels de style qui constitueront, je l'espère, l'embryon d'une chaîne répartie sur l'ensemble des sites touristiques

N. S.