

**Le cas d'une compagnie aérienne régulière low cost  
easyJet**

**OBJECTIFS**

**Contact**

Philippe Vignon, easyJet Marketing Manager, Switzerland, Germany, Czech Republic

**Secteur**

Transport aérien de passagers

**Sujet d'intérêt principal**

- une stratégie de retour au core business : le transport aérien de passager d'un point à un autre
- l'évolution d'une compagnie aérienne low cost

**Sujets d'intérêt secondaire**

- la contribution des différents acteurs de la chaîne de valeur au succès ou à l'échec d'opérations aériennes répondant aux critères de gestion "low cost"
- le concept de terminal d'aviation simplifiée

**Objectifs généraux du cas**

- illustrer le mode de fonctionnement, les spécificités et les contraintes d'une compagnie aérienne régulière low cost à l'aéroport international de Genève
- faire déduire comment on peut augmenter la base de clientèle (par les destinations et non l'argent) et créer de nouveaux besoins
- faire analyser les leviers d'action pour poursuivre la diminution des coûts à Genève

**Objectifs spécifiques du cas**

- faire décrire les objectifs et enjeux de la compagnie à Genève
- faire préciser ce qu'est la clientèle et quels sont les leviers d'action pour poursuivre l'augmentation de la consommation du client à Genève
- faire analyser ce dont aurait besoin une compagnie low cost dans une aérogare d'aviation simplifiée
- faire analyser la valeur globale apportée par une compagnie low cost à la plate forme de Genève