

» Mon Figaro

Libellé, code...

» Recherche avancée

MON COMPTE

Identifiant

Mot de passe

» Mot de passe oublié ?

» Inscrivez-vous

Bourse | Sociétés Françaises

Air France gagne un procès contre la SNCF

FABRICE AMEDEO.
Publié le 04 octobre 2007
Actualisé le 04 octobre 2007 : 07h22

La compagnie aérienne a obtenu réparation pour une publicité qu'elle considérait comme dénigrante.

MATCH NUL. [Air France](#) : 1, SNCF 1. La semaine dernière, Anne-Marie Idrac, présidente de la SNCF, s'exprimait contre le transport aérien, soulignant son importance dans les émissions de CO2. Elle visait Air France, qui tient sa petite revanche. La compagnie aérienne a obtenu gain de cause dans une affaire qui l'opposait à la SNCF. À l'origine du litige, une publicité de la SNCF diffusée à la radio au printemps 2004. Le message publicitaire, qui visait la clientèle professionnelle de la SNCF, mettait en scène des personnages se retrouvant dans une association pour se libérer de leur accoutumance à l'avion. Ils décrivait ainsi leurs déboires et la mauvaise prestation de leur compagnie aérienne.

Une certaine Sophie parlait de « cauchemar », de « deux heures de retard de l'avion » qui lui avaient valu d'arriver « stressée » et de rater sa présentation. De son côté, Alexandre rappelait que « l'avion, ce n'est pas comme le train. Il ne suffit pas de composer son billet : il y a des embouteillages, l'enregistrement, l'embarquement ». Et la publicité de conclure : « TGV : tout autre choix ne serait pas très professionnel. »

De l'huile sur le feu

« Il n'y avait aucune mention d'une compagnie aérienne, indique un porte-parole de la SNCF. Le ton se voulait humoristique et il n'y avait pas de dénigrement. »

Un avis que n'a pas partagé le tribunal de commerce de Paris qui a estimé que la compagnie aérienne était « clairement identifiable comme le transporteur aérien visé » du fait des horaires et des vols critiqués dans les spots publicitaires. « Ces messages émanaient d'une entreprise concurrente, exerçant son activité dans le même secteur de passagers, indique l'arrêt du tribunal de commerce de Paris. Ces messages étaient diffusés dans le but de détourner une partie de la clientèle d'Air France et constituent des publicités dénigrantes à l'encontre de celle-ci. »

La SNCF a été condamnée à ne verser que 30 000 euros à Air France, la compagnie n'ayant pas réussi à prouver que cette campagne publicitaire lui avait fait perdre des parts de marché.

Aussi symbolique soit-elle, ce dédommagement illustre bien l'état des relations entre Air France et la SNCF. Anne-Marie Idrac a jeté de l'huile sur le feu la semaine dernière en réclamant la création d'une taxe sur le kérosène pour pénaliser le secteur aérien, plus polluant que le train. Une proposition qu'Air France a jugée « grotesque ».

Ce durcissement de leurs relations intervient alors que la SNCF inaugure dimanche son nouveau système de tarification qui doit séduire les voyageurs d'affaires grâce à un billet « pro ». Cette offre copie la classe business des compagnies aériennes et l'objectif est clairement de prendre des parts de marché à Air France. La compagnie perd du terrain sur la clientèle de loisirs dès qu'une ligne TGV est ouverte, mais elle fait de la résistance sur le marché des voyages d'affaires. La clientèle professionnelle représente aujourd'hui 25 % du trafic de la SNCF en TGV et 35 % de son chiffre d'affaires.



Actualité. Economie. Sports. Culture Loisirs. Madame. Immobilier. Emploi. Pratique.

INDEX

OK

 Les flux RSS du Figaro.fr