

Allocution de Mark Galardo
Vice-président – Planification du réseau, Air Canada
Journée des médias consacrée à Bombardier
Montréal, le 14 janvier 2019

Bonjour à tous,

C'est un plaisir pour moi d'être ici aujourd'hui. Je suis heureux d'avoir l'occasion de vous donner un aperçu des raisons pour lesquelles Air Canada a choisi l'A220 d'Airbus. Je veux également vous exposer ce que nous croyons que cet appareil remarquable peut apporter à notre entreprise.

Tout d'abord, je tiens à faire preuve de transparence totale.

À Air Canada, nous éprouvons un sentiment de propriété à l'égard de l'A220 depuis le début de son programme de développement. En tant que transporteur national du Canada, nous appuyons les technologies conçues chez nous et, en particulier, l'industrie canadienne de l'aviation.

Pour nous, le programme autrefois appelé C Series constituait un défi et une occasion incroyables. Nous étions fiers d'observer une initiative aussi ambitieuse menée par une société canadienne, installée juste en face de notre propre siège social à Montréal.

Même si ce fut une décision d'affaires parfaitement éclairée (et je vous expliquerai pourquoi dans un instant), nous avons également choisi l'A220 dans le but de soutenir un autre champion national du secteur.

Voilà qui motive le choix de procéder à notre annonce, en février 2016, de notre intention de passer une commande ferme de 45 appareils, avec des options sur 30 autres. Nous avons passé commande à un moment crucial du programme, alors que les commandes étaient plutôt rares.

Certains médias ont même comparé notre achat à une « bouée de sauvetage ».

Nous pensions que notre commande, émanant d'un transporteur nord-américain majeur, serait considérée comme un vote de confiance et stabiliserait le programme. De fait, Bombardier a obtenu d'autres commandes importantes, en particulier de Delta.

Je voudrais néanmoins éclaircir le point suivant : la décision d'acquérir l'A220 est le résultat d'une analyse approfondie axée sur le réseau et les finances, à laquelle ont pris part de nombreuses directions de notre entreprise ainsi que notre Comité de direction. Nous avons comparé l'A220 à d'autres avions similaires, et nous en avons conclu qu'il était de bien trop bonne qualité pour que nous passions à côté. Nous pouvons donc affirmer que l'A220 fait partie intégrante de la stratégie de réseau à long terme d'Air Canada.

Airbus a ensuite pris la relève du programme, ce qui a contribué à affermir l'avenir de l'appareil. Tel un oncle fier de son neveu, nous étions ravis d'être témoins de ce mariage, puisque nous entretenons également un partenariat fructueux et de longue date avec Airbus.

À titre d'exemple, en 1996, nous sommes devenus la première société aérienne de l'Amérique du Nord à mettre en ligne l'A319, et, en 1990, nous avons été les premiers au Canada à exploiter l'A320. Aujourd'hui, notre parc aérien compte 109 avions d'Airbus, dont 8 appareils A330, chiffre qui s'élèvera à 12 d'ici la fin de l'année.

Tout cela pour dire que nous sommes maintenant impatients d'accueillir l'A220.

Le premier, un A220-300, devrait arriver vers la fin de l'année. Pour de nombreuses raisons, nous sommes convaincus que cet appareil est capable de changer la donne pour notre société, ou du moins d'accélérer la réalisation de notre stratégie principale.

Je me permets une telle affirmation, car nous avons déjà vécu une situation où un type d'avion nous avait donné accès à d'incroyables occasions d'affaires, ouvrant des marchés où rien n'existait auparavant. Je parle du début des années 1990, quand nous nous sommes engagés à acheter quelque 25 biréacteurs régionaux CRJ de Bombardier, des appareils ultramodernes à l'époque.

La livraison de cette commande a coïncidé avec la conclusion de l'accord de libéralisation des services aériens entre le Canada et les États-Unis, en 1995. En prévision de cet accord, nous avons annoncé notre intention d'utiliser nos CRJ pour ouvrir 20 liaisons régulières telles qu'Ottawa–Washington et Calgary–Houston.

Nous étions ainsi parvenus à augmenter notre part de marché aux États-Unis de 30 % en un an.

Bien que le marché eût changé d'un point de vue réglementaire, nous pouvions bénéficier de cette évolution, car nous possédions le bon appareil pour les liaisons transfrontalières à faible trafic auxquelles l'accord de libéralisation nous donnait désormais accès. Par conséquent, Air Canada s'est installée sur le marché des États-Unis et, aujourd'hui, nous sommes le transporteur étranger comptant le plus grand nombre de vols et la plus grande capacité pour desservir les États-Unis, qui constituent le plus gros marché aérien du monde.

Ce dont nous n'avions peut-être pas pleinement conscience dans les années 1990, c'est qu'il ne s'agissait que du début.

Alors que nous nous sommes d'abord concentrés sur le service point à point en contournant les plaques tournantes américaines (Hollis Harris, notre président de l'époque, surnommait d'ailleurs les CRJ « chasseurs de plaque tournante »), le réseau que nous avons construit aux États-Unis forme la base de notre stratégie actuelle.

Il s'agit d'une initiative globale, qui consiste à utiliser nos trois principales plaques canadiennes, que sont Toronto, Montréal et Vancouver, pour relier les flux de trafic internationaux à destination et au départ des États-Unis.

À titre d'exemple, un passager qui fait le trajet Pittsburgh – Chine doit faire escale quelque part, disons à Los Angeles ou à New York.

Ou bien, il peut passer par le Canada.

Nous croyons que le Canada est une option bien plus attrayante. Il y a plusieurs avantages à passer par nos plaques tournantes, y compris des temps de trajet raccourcis, la possibilité d'éviter l'encombrement des aéroports américains principaux et, pour les clients au retour, le prédédouanement américain au Canada, sans même avoir à récupérer leurs bagages.

Ils rentrent chez eux comme des passagers nationaux et n'ont pas à récupérer leurs bagages à leur premier point d'atterrissage, à New York ou à Los Angeles, puis à faire la file derrière 500 clients récemment débarqués d'un A380 en provenance de l'Australie ou du Moyen-Orient.

Il s'agit pour nous d'une extraordinaire occasion d'affaires.

Nous avons calculé que si nous parvenons à hausser à 2 % notre part actuelle de 1,1 % du marché des transporteurs internationaux desservant les États-Unis, nous générerons des revenus différentiels supplémentaires de 930 millions de dollars par an.

L'A220 sera un catalyseur important de cette stratégie. Il est en effet le meilleur avion pour desservir des villes américaines secondaires ou de grandes villes en période hors pointe et alimenter notre réseau international. Tout comme les CRJ de Bombardier l'ont fait pour Air Canada dans les années 1990, l'A220 nous fournira un avantage

concurrentiel imbattable. Il n'existe tout simplement pas d'appareil de cette taille pouvant rivaliser avec l'A220.

Par ailleurs, la distance franchissable et les économies supérieures que procure cet avion, comparativement à l'E190 d'Embraer que nous utilisons actuellement sur la plupart de nos liaisons nord-américaines, sont indiscutables. Nous prévoyons que l'A220-300 réduira le coût unitaire de 15 % par rapport à l'E190 d'Embraer.

De même, Air Canada, qui a été nommée transporteur écologique de 2018 par Air Transport World, est fière de ses programmes de développement durable.

Depuis 1990, nous avons amélioré notre efficacité énergétique de 40 %, et l'A220 moins énergivore nous aidera à réaliser d'autres gains pour la durabilité de l'environnement. L'A220 est aussi reconnu pour sa faible intensité acoustique, réduisant ainsi la nuisance sonore et appuyant nos efforts d'atténuation du bruit dans divers aéroports.

D'une distance franchissable étendue, près de 6 000 km contre 3 500 km pour l'E190, l'A220 dispose aussi de bien meilleures possibilités de déploiement. Grâce à lui, Air Canada pourra desservir de nouveaux marchés non adaptés à ses appareils de taille supérieure, comme le 737 MAX de Boeing et l'A321 d'Airbus.

Dans le réseau d'Air Canada, l'A220 sera affecté aux liaisons à fréquence élevée et à moyen trafic, telles que Montréal–Calgary et Toronto–Seattle. Plus important encore, l'A220 suscite des perspectives économiques nous permettant d'envisager l'ouverture de nouvelles lignes. Dans le courant de l'année 2019, l'équipe de planification du réseau étudiera la viabilité de nouvelles liaisons, telles que Montréal–Seattle, Toronto–San Jose (Californie) et Vancouver–Halifax, pour n'en citer que quelques-unes.

Autre avantage de cet appareil, nous pourrions mieux gérer la capacité en basse saison. Les transporteurs aériens canadiens doivent composer avec une saisonnalité importante. L'A220 confère la capacité supplémentaire de proposer des vols toute l'année sur des lignes où l'on ne pourrait pas, autrement, maintenir un service rentable. Air Canada pourra ainsi demeurer présente sur certains marchés saisonniers et conserver la fidélité des voyageurs assidus sur ces liaisons.

L'attrait de cet avion auprès de la clientèle constitue un autre aspect qui devrait selon nous stimuler la croissance. L'A220 offre des produits et un confort inégalés comparativement à d'autres appareils monocouloirs de même taille. Je suis désolé de ne pouvoir vous présenter notre aménagement de cabine aujourd'hui, mais je peux vous assurer que nos A220 créeront un sentiment accru d'espace. Ils seront dotés des sièges les plus larges sur ce marché, d'un dégagement supérieur pour la tête, de plus vastes coffres supérieurs et de plus grands hublots, semblables à ceux du 787 de Boeing.

Nous sommes convaincus que les clients adoreront cet avion, et que nos concurrents nationaux ne pourront pas rivaliser. De ce fait, nous pourrions proposer davantage de liaisons directes ou des fréquences accrues, ce qui plaira particulièrement aux voyageurs d'affaires à forte valeur.

Pour ce qui est des livraisons, je vous l'ai dit, le premier appareil arrivera cette année, et nous devrions avoir reçu les 45 avions d'ici 2022. Au total, 15 seront en service d'ici la fin de l'année 2020.

En ce qui concerne le déploiement, les 25 premiers exemplaires devraient remplacer les appareils E190 d'Embraer du parc aérien principal actuel. Les autres seront affectés au soutien de l'essor des plaques tournantes et du réseau d'Air Canada.

Par ailleurs, nous considérons l'A220 comme un moteur de croissance pour de nouvelles liaisons. Nous comptons dévoiler nos plans de mise en

ligne au cours du deuxième ou du troisième trimestre de cette année, mais je pense vous avoir déjà donné aujourd'hui une bonne idée du rôle que joueront ces appareils.

Merci de votre attention.

Je répondrai maintenant avec plaisir à quelques questions.