



Analyse stratégique des Sociétés de Fret Aérien Civil Traditionnelles à l'aide du modèle des 5 forces de Porter

Nicolas Holvoet - Florian Barbarin - Abdelkader Beldjilali

Le 22 mai 2017

Table des matières

1	Introduction	2
2	Modèle de Porter	3
3	Analyse de marché	3
3.1	Définition du marché	3
3.2	Description des produits concernés	3
3.3	Bla2	4
3.4	Bla3	4
4	Rôle de l'ATM dans la stratégie des acteurs du fret aérien	4
5	Rôle de l'ATM dans le futur par rapport aux stratégies des acteurs	4
6	Conclusion et perspectives	5

1 Introduction

Le transport aérien de fret s'est développé à partir de 1911 où un premier vol a consisté à livrer 15 kg de courrier entre deux villes asiatiques distantes de 10 km sur une biplan Sommer. Depuis, le trafic a légèrement augmenté pour atteindre en 2014, 51 millions de tonnes pour une valeur de US\$6.8 trillions [BI17]. Aujourd'hui, le fret aérien joue un rôle majeur dans l'économie et le développement international.

La présente étude vise à effectuer une analyse de marché suivant le modèle des 5 forces de Porter, suivie d'une étude du rôle de l'Air Traffic Management (ATM) dans la stratégie des acteurs du secteur. Pour terminer, on s'interrogera sur l'évolution future du rôle de l'ATM au regard de ces stratégies.

2 Modèle de Porter

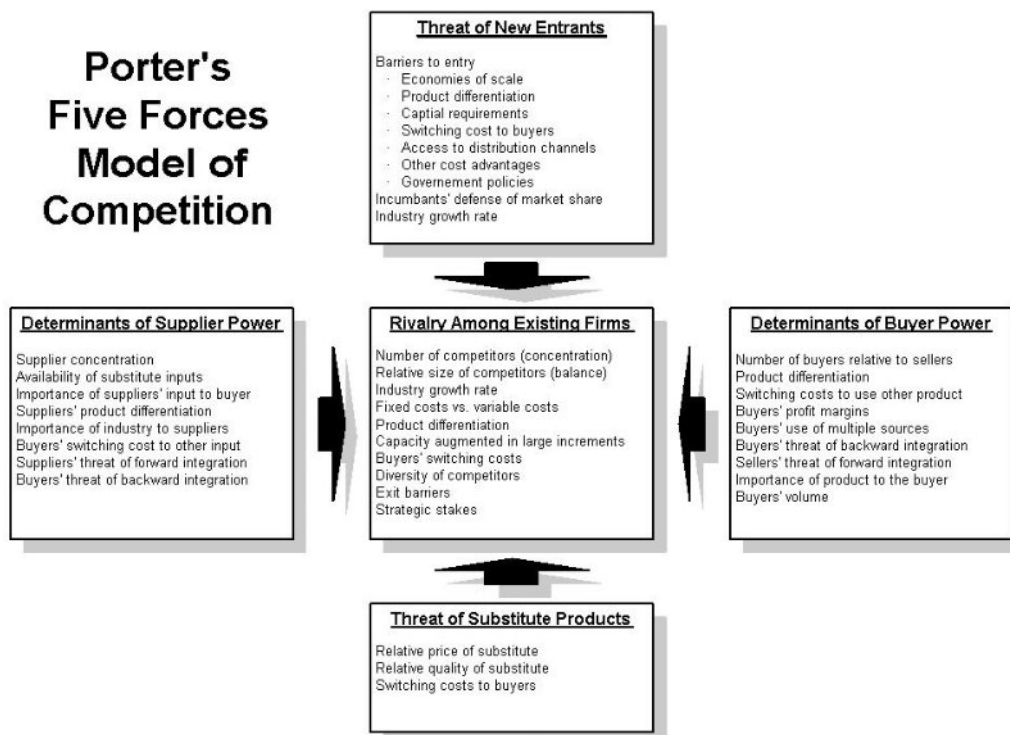


FIGURE 1 – Modèle de Porter

3 Analyse de marché

3.1 Définition du marché

Cette étude porte sur les sociétés de Fret Aérien Civil Traditionnelles (FACT) qui gèrent leur propre flotte aérienne pour le transport de biens. Ce qui exclus le fret militaire ainsi que les logisticiens, entreprises de fret "virtuelles", qui font du point à point et louent des charters ou achètent des emplacements aux compagnies de fret traditionnelles. Les compagnies virtuelles constituent donc à la fois des clients pour le Fret Aérien Civil Traditionnel (FACT) qui permet à ces dernières d'optimiser le remplissage de leurs avions-cargo, mais aussi une forme de concurrence puisque le fret transporté au nom du logisticien est "perdu" pour tous les transporteurs classiques, y compris celui qui assure réellement le service.

3.2 Description des produits concernés

Pour évaluer la concurrence, il convient d'étudier en premier lieu, le type de produits transportés. En effet, le pétrole ou le gaz, ne sont pas en général, transportés par avions ; sur ces matières premières, il n'existe donc pas de concurrence maritime, fluviale, routière ou par oléoduc/gazoduc.

Le fret aérien concerne donc :

- Produits à valeur ajoutée :
- Produits périssables : fleurs, fruits,
- Animaux,
- Produits urgents ou à finalités humanitaires.

3.3 Bla2

3.4 Bla3

4 Rôle de l'ATM dans la stratégie des acteurs du fret aérien

5 Rôle de l'ATM dans le futur par rapport aux stratégies des acteurs

6 Conclusion et perspectives

Bibliographie

- [AJO10] Gildas Avoine, Pascal Junod, and Philippe Oechslin. *Sécurité informatique 2ème édition*. Vuibert, 2010.
- [BI17] Lucy Budd and Stephen Ison. The role of dedicated freighter aircraft in the provision of global airfreight services. *Journal of Air Transport Management*, 61(C) :34–40, 2017.
- [Dor15] Mickael Dorigny. *Blog sur la sécurité de l'information et le pentest*. 2015. <https://www.information-security.fr/>.
- [Fra14] Mickael Franc. *blog OWASP - Cross-Site Scripting*. 10 février 2014. <http://blog.clever-age.com/fr/2014/02/10/owasp-xss-cross-site-scripting/>.
- [SP15] Dafydd Stuttard and Marcus Pinto. *The Web Application Hacker's Handbook*. John Wiley & Sons, Inc., 2015.

Ce rapport propose une analyse stratégique du fret aérien suivant le modèle de Porter.

