



© iStock

SMART AIRPORT :

l'aéroport du futur devra allier digitalisation et forte présence humaine

Par Paul Chiambaretto, Camille Bildstein, Sara Laurent, Audrey Rouyre, Audrey Portes, Jonathan Luffarelli, Pauline Alessandra, Hervé Chappert, Marie Bovis, Théo Justy et Anne-Sophie Fernandez

En mai dernier, la Chaire Pégase présentait les conclusions de sa dernière étude sur la digitalisation du transport aérien au *Digital Village* (Paris). Parmi les principaux résultats : 66 % des passagers français souhaitent plus de contact humain lors de leur parcours à l'aéroport, un enjeu majeur pour le développement des *smart airports*.

Le smart airport ne se fera pas sans une forte présence humaine

En s'appuyant sur les innovations technologiques, le *smart airport* doit répondre aux enjeux de transformation numérique et de transition écologique des aéroports tout en optimisant les opérations et en améliorant l'expérience des passagers. Plusieurs dispositifs digitaux existent déjà, ou sont en phase d'expérimentation : les bornes d'enregistrement et bornes de dépôt de bagages en libre-service, les PARAFE, le scanner à reconnaissance faciale pour embarquer... Ces technologies se multiplient dans les aéroports, mais comment sont-elles accueillies par les passagers ? La Chaire Pégase a étudié les effets de la digitalisation de l'expérience clients des

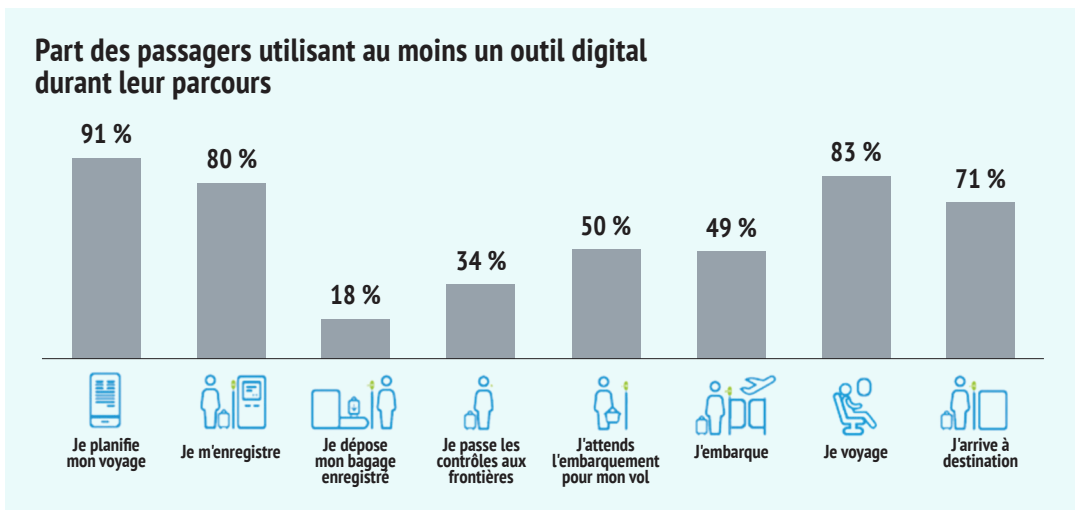
passagers aériens à l'aide d'un échantillon de 1 022 répondants représentatifs de la population française.

L'étude révèle tout d'abord que la digitalisation est omniprésente dans le parcours des passagers, de l'achat du billet (91 %) à l'utilisation des technologies à bord (83 %). Cependant, certaines étapes comme le dépôt des bagages (18 %) et le contrôle aux frontières (34 %) restent moins digitalisées. En moyenne, le parcours des passagers est digitalisé à 55 %. 66 % considèrent que cette digitalisation améliore leur expérience de voyage, en offrant une personnalisation accrue et plus de liberté dans l'organisation de leur parcours.

Néanmoins, une proportion significative (66 %) désire plus de contact humain, soulignant l'importance de maintenir des interactions avec le personnel dans les aéroports et à bord des avions. Il est nécessaire d'accompagner les passagers en allant à leur rencontre de manière proactive avant même qu'ils soient en difficulté. Certains d'entre eux peuvent ressentir de « l'embarras technologique », une forme de honte à l'idée de demander de l'aide au personnel disponible quand ils sont en difficulté face aux bornes libre-service par exemple.

Plus de 35 % des passagers sont défavorables à la digitalisation de l'expérience clients

Si la digitalisation du transport aérien est source d'opportunités pour les passagers (gain d'autonomie, personnalisation de l'expérience, contrôle de son parcours), elle peut également

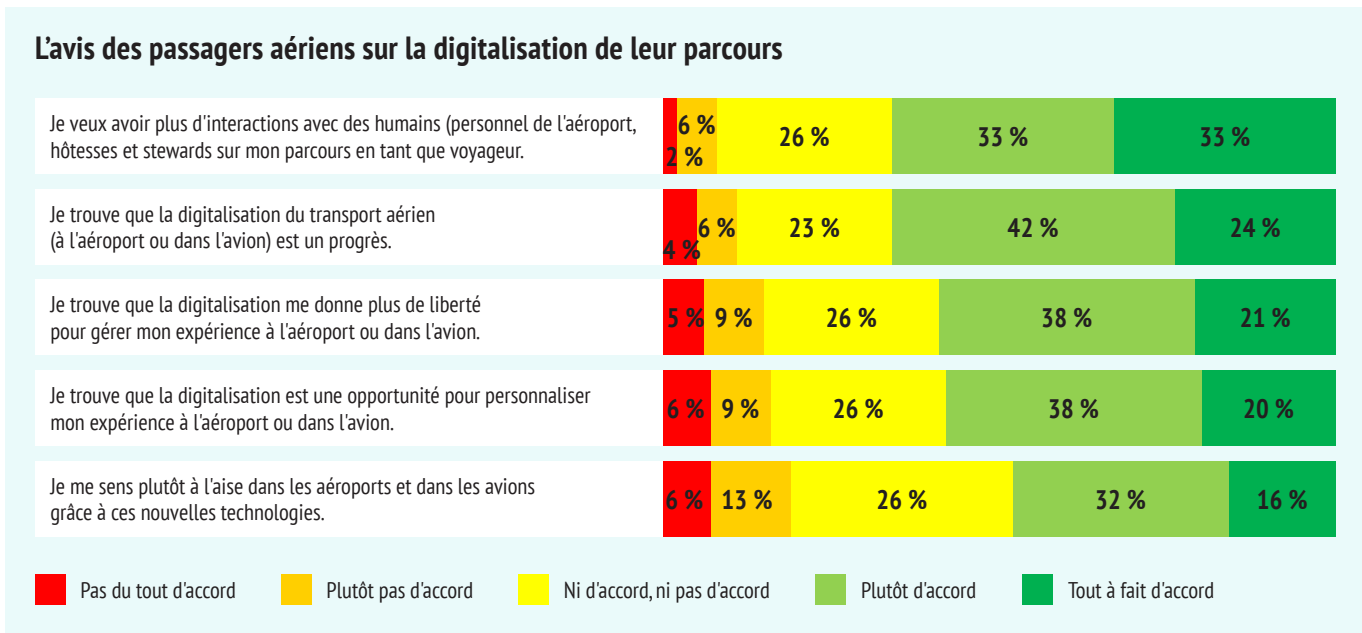


représenter une source de stress pour ceux qui ne sont pas familiers avec la technologie notamment dans un aéroport. Prendre l'avion n'est pas une activité quotidienne, comme prendre sa voiture. Or, la démocratisation du transport aérien a favorisé l'arrivée de nouveaux passagers qui n'ont pas l'habitude de se déplacer en avion et ne sont pas familiers avec ces nouveaux outils, mais aussi des passagers avec des compétences digitales plus limitées.

L'étude segmente les passagers en fonction de leur attrait pour les technologies digitales, révélant que 64,5 % sont favorables aux innovations, tandis que 35,5 % y sont défavorables. Parmi les favorables, les enthousiastes (19,5 %) et les optimistes (45 %) sont peu stressés et voient la digitalisation comme un progrès. Ils sont plutôt jeunes, avec une moyenne d'âge

autour de 43 ans, et ont tendance à voyager fréquemment. En revanche, les nostalgiques (25 %) et les sceptiques (10,5 %) éprouvent plus de stress et perçoivent la digitalisation négativement. Les nostalgiques désirent une expérience plus humaine, et les sceptiques voient même ces innovations comme une régression. Ces deux profils sont plus âgés que la moyenne de l'échantillon, les retraités sont d'ailleurs sur-représentés parmi les sceptiques.

Plutôt que de réduire les interactions humaines, la digitalisation doit s'accompagner d'une présence humaine renforcée pour accompagner les passagers vulnérables et réfractaires. L'objectif est d'utiliser la technologie pour améliorer l'efficacité, en concentrant l'attention du personnel dans les aéroports sur les passagers les plus vulnérables. ■



Extrait de



L'ACNUSA
publie son
rapport 2024



Marseille
met en service son
« cœur d'aéroport »



Le futur visage
de l'Aéroport de
Bordeaux

aéroport lemag

N° 113
juillet
& août
2024

L'expérience clients

à l'épreuve des mutations
générationnelles
et sociétales



**MARKETING
ET EXPÉRIENCE
CLIENTS,**
deux approches
aux synergies fortes



SMART AIRPORT :
l'aéroport du futur
devra allier
digitalisation et forte
présence humaine



**LE TRAVEL
RETAIL**
d'aujourd'hui
et de demain

www.aeroportlemag.fr