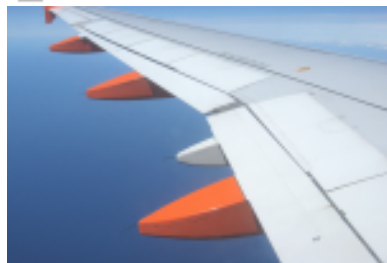


« L'aéroport est le laboratoire du futur » : l'exemple easyJet

23 janvier 2014 | Par [Christine Marcandier](#) - Médiapart



En quoi les vols *low cost* ont-ils bouleversé notre rapport à l'espace et au temps ? Aujourd'hui « *l'idée ne viendrait à personne de raconter un vol* ». C'est pourtant au cœur de cette banalité que plonge Alexandre Friederich, à travers une compagnie qui en a fait son argument commercial depuis 1995 et contribue à produire « *un homme nouveau, un homme naïf, égaré et soumis, au comportement industriel* ».

Ce projet est né en 2011, sur un vol de la fameuse compagnie orange — elle est moins un logo qu'une couleur, immédiatement identifiable. Alexandre Friederich achète quatorze billets, il sillonne le ciel européen, observe, raconte et analyse son « *périple easyJet* ». Il ne s'agit pas seulement pour lui d'étudier un modèle économique qui a révolutionné notre rapport à l'avion, le démocratisant et concurrençant les compagnies nationales pour peu à peu s'imposer mais de voir en quoi « *le low cost est une métaphore sans pareille de nos sociétés* » en ce qu'il « *invente de nouvelles techniques de conditionnement du passager — comme on parle de conditionnement du poulet* ».



Le voyageur se plie à une série de contraintes qu'il accepte en contrepartie de billets moins chers : poids et gabarit des bagages, fouilles interminables — « *désormais le passager est là pour l'avion. Il doit prendre la forme des portes, des tourniquets, des passerelles, des sièges* », idem pour son bagage (notons le singulier) —, terminaux lointains, prix des billets fluctuant en fonction de la demande, aucun service (sinon payant) à bord, tout extra est hors de prix. Autant de contraintes qui illustrent quelques règles qui font froid dans le dos : « *la seule contrainte dans le système capitaliste consiste à consommer* », « *désormais le consommateur est adaptable au produit* » et le passager s'adapte à toutes les contraintes, voire en redemande.

A travers les avions et les règles de cette compagnie, c'est donc notre rapport au désir, à la consommation — l'achat des billets, des extras, les terminaux d'aéroports « *incubateurs commerciaux* » — qu'analyse *easyJet* mais aussi le storytelling de la compagnie qui cherche « *un modèle narratif qui ferait apparaître le voyage comme une aventure* ». L'auteur explore les séries, comme [Airline](#) sur ITV, qui ont filmé « *le quotidien de la compagnie à la manière d'une fiction* », en... 100 épisodes, diffusés en Angleterre, puis en Australie, Nouvelle-Zélande, Japon.

Il montre aussi comment ces vols participent d'une redistribution de l'espace européen, accélèrent les déplacements touristiques comme professionnels, génèrent des flux et les focalisent en quelques points : « *les Européens volent, se posent ici ou là, au gré des impératifs et des possibilités de travail* ». Ils ont désormais des résidences secondaires près de villes desservies par ces vols *low cost* :



« *Mon voisin sur le vol Stensted-Ljubljana, un natif de Birmingham, rentrait de "chez lui".*

- *Un paysan me prend à l'aéroport, je lui paie son diesel, j'ai retapé la maison, elle m'a coûté 40 000 £.*
- *Et vous faites quoi là-bas ?*
- *Je me repose, je me balade. Pas grand-chose. Je rentre vendredi.*
- *Dans deux jours ?*
- *D'habitude j'y vais pour une semaine, mais j'ai rendez-vous avec un plombier.*
- *Et quand il n'y aura plus easyJet ?*
- *En voiture. Ce n'est pas si loin. 1800 km ? »*

En sociologue et narrateur ironique, Alexandre Friederich nous fait parcourir une Europe en mutation. Sa prose fragmentée mêle anecdotes, récits et analyses pour recomposer notre rapport à cette trilogie fondamentale « *espace, temps, argent* » (sous-titre du livre) que le vol *low cost*, si banal en apparence, transforme en profondeur. Fascinant (ou terrifiant), « *en somme et au final, c'est une affaire de style* ».

- **Alexandre Friederich, *easyJet*, éd. Allia, 96 p., 6 € 20**