

La vie low cost selon easyJet

Publié le 17 Mars 2014 – Zones subversives



L'écrivain Alexandre Friederich évoque la compagnie aérienne easyJet qui incarne le mode de vie standardisée de la modernité marchande.

Les opposants à l'aéroport de Notre-Dame des Landes dénoncent surtout l'occupation de l'espace par l'urbanisme. En revanche, peu de discours remettent en cause le monde des aéroports avec sa [civilisation du tourisme](#) et de la vitesse. L'écrivain [Alexandre Friederich](#) se penche sur la compagnie [easyJet](#) qui façonne une manière d'agir, de penser, de vivre.

Sa réflexion critique s'appuie sur une prise de notes avec une fine observation au cours de nombreux voyages organisés par la compagnie *low cost*. L'écrivain analyse une adaptation docile de l'individu aux contraintes de la société marchande.

Le succès d'une entreprise

La compagnie aérienne *easyJet* fournit un service *low cost*. Créée en 1995, son expansion semble liée à ses coûts limités et à un marketing publicitaire. Le voyage en avion semble désormais banalisé, aseptisé

et ennuyeux. « *Il y a quarante ans, les passagers des vols de ligne fumaient, prenaient l'apéritif, mangeaient sur assiette, couchaient leur siège. Ils racontaient leur voyage. Depuis l'avion est devenu un moyen de transport banal et l'idée ne viendrait à personne de raconter un vol* », ironise Alexandre Friederich. Les compagnies aériennes imposent un comportement industriel et standardisé. L'auteur observe deux hommes se laver les mains avec les mêmes gestes et le même rythme. « *A croire qu'ils répètent une leçon apprise* », observe Alexandre Friederich.

La compagnie *easyJet* façonne son image publicitaire. La marque est désormais associée à la couleur orange. A travers un matraquage publicitaire, une couleur est associée à une enseigne commerciale. Du pin's de l'hôtesse au réacteur de l'airbus, une *Corporate identity* s'impose.

Stelios Haji-Iannou, fondateur d'*easyJet*, bouleverse les règles du voyage en avion. Il introduit de nouvelles modifications. Le voyageur ne porte plus sa valise, il la roule. Diverses évolutions transforment la manière de voyager en avion. « *Notre rapport au voyage s'en trouve altéré, notre comportement, nos attentes, nos territoires évoluent* », analyse Alexandre Friederich.

ALEXANDRE FRIEDERICH
easyJet



Contrôle et standardisation du voyage

Le voyage en avion s'est banalisé. L'individu s'est même adapté à cette technologie. Il a intériorisé les normes pour se fondre dans ce processus. Mais le banal peut devenir un sujet d'observation et permet de développer une [critique de la vie quotidienne](#). « *L'histoire récente permet en effet de constater que l'aviation commerciale est l'un des domaines où l'homme subit, du fait de l'usage d'un outil, d'importantes transformations* », observe Alexandre Friederich. La

technique n'est pas neutre. L'avion n'est pas un simple instrument de transport mais conditionne des comportements stéréotypés et une soumission à un processus.

L'avion apparaît comme le moyen de transport le plus fiable et le plus sécurisant. « *Tout va bien, il ne se passe rien* », résume Alexandre Friederich. Le passager doit se contenter de rester assis et d'attendre sagement l'atterrissage. La compagnie dépose l'individu directement à son lieu de destination. Le *low cost* apparaît comme un phénomène qui reflète l'évolution de la société moderne. « *Il invente de nouvelles techniques de conditionnement du passager - comme on parle de conditionnement du poulet* », ironise Alexandre Friederich.

Le voyage simplifié et sécurisé commence dès l'aéroport avec ses mesures antiterroristes. L'individu doit s'adapter aux portiques, tourniquets, passerelles, sièges. Son bagage et son poids doivent se conformer à la moyenne. Surtout, le voyageur doit se soumettre à des relations humaines artificielles et obéir à une procédure bien réglée. « *Il doit répondre aux robots, respecter leurs instructions, éviter le rapport humain, être ponctuel, renoncer à ses affaires personnelles, se plier aux exigences, éviter les questions* », observe Alexandre Friederich. Cette formalisation des procédures ne suscite aucune résistance. Les réactions d'humeur et de colère sont désamorçées. Seule la mémoire permet la résistance pour permettre une comparaison et critiquer les évolutions. La contrainte est acceptée. La liberté doit se fondre dans un cadre étroit.



Voyage et aliénation marchande

Pour réduire ses coûts, easyJet décide d'adapter le comportement du client. « *La brève histoire d'easyJet est donc la conception, suivie de la mise en place à travers un jeu de réussites et d'échecs, d'un éventail de procédures destinées à mettre les corps des passagers au service d'une entreprise de transport* », analyse Alexandre Friederich. Pour obtenir un transport à un bon prix, les individus doivent collaborer à leur transformation. « *Le voyageur qui veut être transporté doit se plier aux règles* », résume Alexandre Friederich. Le passager est traité comme un enfant. Les contraintes, même les plus aberrantes et humiliantes, sont docilement acceptées.

Cette critique cible une entreprise particulière dans un secteur spécifique. Certes, Alexandre Friederich évoque easyJet du point de vue du consommateur. Il ne décrit pas les conditions de travail des salariés de cette entreprise.

Mais, à partir de cet exemple concret et précis, il semble possible de réfléchir sur le conformisme imposé par la société marchande. Avec la consommation de masse, de nombreux produits et technologies deviennent accessibles. Pourtant, le consumérisme ne permet pas l'épanouissement humain. Au contraire, les individus se tournent vers des marchandises plutôt que de construire de véritables relations

humaines. Les voyages deviennent plus accessibles mais se réduisent à une routine formatée qui ne doit pas sortir du cadre imposé. L'exemple des aéroports révèle l'importance de la société de contrôle. Les individus doivent se conformer à des conduites et des comportements standardisés pour rester dans la norme. C'est désormais le consommateur qui doit s'adapter au produit. Le capitalisme contrôle et oriente les désirs. La déviance et même la simple protestation deviennent impossibles dans un monde lisse et aseptisé. La contestation individuelle ne suffit plus. Seul un mouvement collectif d'ampleur peut balayer la civilisation marchande et son mode de vie standardisé.

Source : Alexandre Friederich, [*easyjet. Espace, temps, argent*](#), Allia, 2014