



AÉROPORTS DE PARIS

Le monde entier est notre invité

Paris, le 30 mars 2010

Relation client

Aéroports de Paris se classe en tête du secteur public marchand

Selon les résultats de l'étude Relationship Score* sur le secteur public marchand, réalisée par l'AACC (Association des Agences-Conseils en Communication) et BVA en juin et juillet 2009, Aéroports de Paris occupe le premier rang du classement avec un score de 70,4 points**, supérieur à la moyenne tous secteurs marchands confondus.

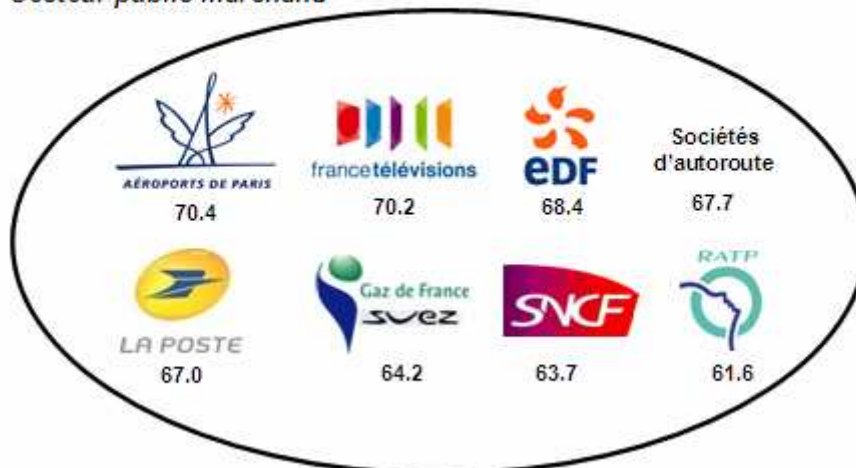
Aéroports de Paris arrive en tête en particulier sur deux dimensions :

- **les « informations-conseils »**
 - o Sont notamment remarqués (score de 68,1 points), les moyens de communication proposés par Aéroports de Paris, sa disponibilité (sans prise de rendez-vous), ses bons conseils et propositions ainsi que la clarté des informations diffusées.
- **la qualité de service**
 - o Selon l'étude, les clients apprécient la capacité d'Aéroports de Paris à assumer ses responsabilités en cas de problèmes et l'attention que le Groupe porte en cas de mécontentement (score de 65,2 points).

Aéroports de Paris se place en seconde position pour sa capacité à donner le sentiment « d'être un bon client » (avec un score de 82,1) ainsi que pour son empathie (score de 72,9), notamment grâce à un bon classement en matière de recommandation (77,1).

« La qualité de service est un enjeu permanent pour Aéroports de Paris. Cette politique de qualité de service, déployée par notre président directeur général, Pierre Graff depuis cinq ans, produit ses effets aujourd'hui », souligne François Rubichon, Directeur général délégué d'Aéroports de Paris. « Les enquêtes d'opinion, réalisées chaque trimestre par un institut indépendant auprès de nos clients, vont également dans ce sens : que ce soit en termes d'accueil, de services ou d'offre commerciale, nos indicateurs de la qualité progressent ».

Synthèse du Relationship Score – RSc Secteur public marchand





AÉROPORTS DE PARIS

Le monde entier est notre invité

Communiqué de presse

La dimension « Informations-conseils »

Score / 100	Moyenne	++									
Score Informations-Conseils	Secteurs marchands 2004-2009 : 71,8 Secteur : 66,1	68,1	67,9	67,3	66,4	65,4	65,1	64,5	64,2		

Aéroports de Paris se positionne à la première place de la dimension Informations-conseils avec un score de 68,1 sur 100.

En détails, les passagers apprécient de pouvoir "parler à un conseiller sans avoir à prendre un rendez-vous », mais également, apprécient de disposer, « de moyens de communication adaptés à mes besoins, pour obtenir des informations, des conseils».

En cas de demande d'information ou d'un conseil particulier, le client considère qu'il l'obtient de façon rapide, Aéroports de Paris arrivant en deuxième position, avec un score de 67,6 sur 100.

« Depuis 2005, les équipes d'Aéroports de Paris ont beaucoup travaillé sur les aspects d'informations et de conseils pour nos passagers. Nous avons souhaité faciliter le parcours de nos clients, de la réservation de leur billet, jusqu'au moment où ils montent dans leur avion. On peut citer la création de la plate-forme d'accueil téléphonique, les services Web Mobile ou encore la refonte complète du site Internet », commente Pascal Bourgue, Directeur Marketing, Commerces et Communication d'Aéroports de Paris. « Nos clients apprécient tout particulièrement de pouvoir entrer en contact avec nos conseillers 24h/24h, 365 jours par an ».

- Le site Internet

Avec une nouvelle version, privilégiant l'information et le parcours de l'internaute, le site reçoit plus d'un million de visites par mois en moyenne, pour un taux de satisfaction des utilisateurs passé de 60 à 80 % en un an.

- Le "3950"

La plate-forme téléphonique remporte un vif succès. En composant le 3950, le passager trouve toutes les informations pratiques via un serveur vocal interactif ou choisit une mise en relation avec un téléopérateur (avec un taux d'attente inférieur à la minute) 7 jours/7, 24h/24. Ce numéro reçoit 2000 appels en moyenne par jour, et jusqu'à 15 000 appels certains jours.

- Les services Web Mobile

Depuis juillet 2009, un service gratuit d'information en temps réel est accessible aux voyageurs depuis leur téléphone mobile (m.adp.fr). Il a attiré plus de 100 000 visiteurs uniques. Ils y trouvent les horaires de tous les vols au départ et à l'arrivée des aéroports parisiens, des renseignements sur les accès et parkings et des services pratiques. Ces informations sont également à la disposition des voyageurs possédant un iPhone via l'application "My Airport", disponible sur l'Apple Store. Cette application a été téléchargée plus de 100 000 fois. Grâce à la géolocalisation, elle offre en outre un calcul d'itinéraire pour guider l'utilisateur jusqu'à l'aéroport de son choix.

La dimension qualité de service

Score / 100	Moyenne	++									
Score qualité de service	Secteurs marchands 2004-2009 : 71,4 Secteur : 60,9	65,2	64,3	63,5	63,1	61,7	59,1	56,4	54,1		

Aéroports de Paris arrive en tête de ce classement qui mesure la bonne la prise en compte des réclamations, avec un score global de 65,2 sur 100.

En détail, les sondés estiment qu'Aéroports de Paris « assume ses responsabilités en cas de problèmes », score de 64 sur 100 et « est capable d'avoir une attention particulière en cas de mécontentement », avec un score de 63,3 sur 100.



AÉROPORTS DE PARIS

Le monde entier est notre invité

Communiqué de presse

A quasi-égalité avec EDF, il est indiqué que les « réclamations sont toujours prises en compte et traitées », score de 65,5 sur 100. Quant à « l'efficacité dans la gestion et le traitement de mon dossier », Aéroports de Paris arrive en deuxième position, avec un score de 68 sur 100.

La dimension « Etre traité comme un bon client »

Score / 100	Moyenne	++							
« Direz-vous que vous êtes bien traité lorsque vous êtes en relation avec ... ? »	Secteurs marchands 2004-2009 : 74,5	Sociétés d'autoroute							
	Secteur : 77,7	83,2	82,1	80,4	77,8	75,7	74,7	74,4	73,1

Aéroports de Paris se positionne derrière les sociétés d'autoroute, à la deuxième place de cette dimension « être traité comme un bon client » avec un score de 82,1, supérieur à la moyenne du secteur (77,7 sur 100).

Aéroports de Paris s'efforce en effet de créer des services qui répondent aux attentes de ses clients. Récemment, tous les comptoirs d'information Aéroports de Paris ont été reconfigurés et de nouveaux espaces d'accueil ainsi que des zones d'attente pour les personnes à mobilité réduite ont été aménagés.

D'autre part, Aéroports de Paris a renforcé la présence de ses agents d'accueil sur le terrain. Désormais, 500 agents vont au devant des passagers avec un outil informatique mobile, la Tablet PC, qui fournit en particulier les horaires des vols, la localisation des portes d'embarquement, des services et des boutiques des aéroports.

* Le Relationship Score (RSc)

Le Relationship Score est un outil de mesure de la qualité de la relation entre une marque et un consommateur créé par l'AACC et BVA. 1511 interviews ont été réalisées sur la base d'un échantillon national représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

Le Relationship Score est établi grâce à ces 5 principales dimensions du relationnel client :

- « **Le Sentiment d'être traité comme un bon client** » traduit la perception d'être globalement un client privilégié
- « **L'Empathie** » mesure de manière réciproque la force du lien entre le client et le prestataire de services (attachement, recommandation)
- « **La Proximité** » concerne la personnalisation et la prise en compte des besoins individuels
- « **La qualité de service/ le SAV** » regroupe la gestion des réclamations et problèmes, ainsi que tout l'après-vente
- « **Les Informations-Conseils** » couvrent l'information/communication ainsi que la politique d'aide/conseil

** Points : échelle allant de 0 à 100

A propos d'Aéroports de Paris - www.aeroportsdeparis.fr

Contact presse : Christine d'Argentré + 33 1 43 35 70 70
Relations Investisseurs : Florence Dalon + 33 1 43 35 70 58

Aéroports de Paris construit, aménage et exploite des plates-formes aéroportuaires parmi lesquelles Paris-Charles de Gaulle, Paris-Orly et Paris-Le Bourget. Avec 83 millions de passagers accueillis en 2009, Aéroports de Paris est le 2^{ème} groupe aéroportuaire européen pour le trafic de passagers et le 1^{er} pour le fret et le courrier.

Bénéficiant d'une situation géographique exceptionnelle et d'une forte zone de chalandise, le Groupe poursuit une stratégie de développement de ses capacités d'accueil et d'amélioration de sa qualité de services et entend développer les commerces et l'immobilier. En 2009, le chiffre d'affaires du Groupe s'est élevé à 2 633 millions d'euros et le résultat net à 270 millions d'euros.