

Frans luchtvervoer staat onder toenemende fiscale druk



I Brief van François Robardet

Luchtvervoer in Frankrijk, Europa en de wereld

Nr. 1026, 21 juli 2025

Als u deze pagina niet goed ziet, of als u de Engelse of Nederlandse versie wilt lezen

Als u deze pagina niet goed ziet, of als u de Engelse of Nederlandse versie wilt lezen,

Als u deze pagina niet goed ziet, of als u de Engelse of Nederlandse versie wilt lezen,

[volg deze link](#) , [het is hier](#),  [vindt u deze hier](#) 

De wekelijkse nieuwsbrief

Samenvatting :

De Franse luchtvaart staat onder toenemende fiscale druk, met meer dan €1,3 miljard aan extra belastingen in 2024.

Transavia lanceert een unieke ticketverkoopdienst tot een uur voor de vlucht

Na de crash van Air India staat het debat over de installatie van cockpitcamera's weer op de agenda

Parijse luchthavens nog steeds niet terug op het verkeersniveau van voor de crisis

Bonusartikel

De AI-gebaseerde prijsstelling van Delta Air Lines kan een vertrouwenscrisis onder klanten veroorzaken

> De Franse luchtvaart staat onder toenemende fiscale druk, met meer dan 1,3 miljard euro aan extra belastingen in 2024

(bron Vincent Capo-Canellas, Senator) 15 juli 2025

Mijn commentaar: ik nodig u uit om deze analyse te lezen van een senator die de luchtvaartsector al vele jaren volgt.

Hij beschrijft een zorgwekkende situatie voor de Franse luchtvaartmaatschappijen.

Hoewel de premier heeft aangekondigd dat hij de belastingdruk op luchtvaartmaatschappijen niet wil verhogen, is er nog niets definitief.

Het laatste rapport van het Franse ministerie van Financiën (nr. 367, juli 2025) getiteld "Air transport pricing and taxation" opent de deur naar een belastingverhoging.

Het wijst erop dat "Belastingen op vliegtickets het mogelijk maken om de gemiddelde dekking van externaliteiten te verbeteren ... Een gematigde verhoging van de belastingen op vliegtickets vormt geen risico op een groot koolstoflek.

Hij erkent echter dat "op middellange termijn de invoering van koolstofprijstellingsinstrumenten op internationale schaal het meest effectieve scenario blijft. Deze zouden ervoor zorgen dat de externe koolstofeffecten voor de sector als geheel worden gedekt, terwijl er een gelijk speelveld blijft bestaan dat koolstoflekage beperkt".

Lees het artikel:

Het Franse luchtvervoer maakt al enkele jaren een storm van belastingen door die dreigt te stokken. **Alleen al in 2024/2025 zal de sector meer dan 1,3 miljard euro aan extra belastingen moeten betalen, waaronder ticketbelasting, luchtvaartheffingen, infrastructuurbelasting voor langeafstandsvluchten, veiligheidsbelasting en diverse andere heffingen.** Belastingen en heffingen zijn goed voor 47% van de prijs van een enkele reis van Parijs naar Nice, dat wil zeggen 61 euro voor een ticket dat 130 euro kost.

De aangevoerde rechtvaardiging is ecologisch en budgettair. **Het idee is dat we het verkeer moeten verminderen om de uitstoot te verminderen** (Duitsland en Zweden hebben ervoor gekozen om op dit idee terug te komen nadat ze ermee geëxperimenteerd hadden). Minder vliegen betekent minder vervuiling, wordt ons verteld. Natuurlijk moet je minder autorijden, minder internetten, minder verwarmen... of het met mate en onderscheidingsvermogen doen.

Toch is deze alliantie tussen de apostelen van degrowth en budgettaire beperkingen de absolute mantra geworden "voor een goed doel". **Maar is dit echt de sleutel tot decarbonisatie?** En zal steeds meer belasting heffen, zelfs als dat betekent dat een deel van de belastinggrondslag vernietigd moet worden, onze financiën op de middellange en lange termijn redden? **Zouden we door belasting te heffen koolstofarm kunnen worden en tegelijkertijd onze schatkist kunnen aanvullen?**

Ook al is een gematigd gebruik altijd nuttig, minder CO2 uitstoten veronderstelt eerst en vooral duurzame brandstoffen die duurder zijn in aankoop en minder vervuilend. De vernieuwing van de vloot is ook een prioriteit, en een dure: recente vliegtuigen verbruiken en stoten 30% minder uit. Op termijn worden technologische doorbraken verwacht die nu al financiering aantrekken: hybride, elektrische of zelfs waterstofvliegtuigen, enz.

De optimalisering van de vluchtoperaties is een belangrijk element: op de grond met elektrificatie en tijdens de vlucht met uniforme luchtverkeersleiding, "rechte vliegroutes" en "continue daling". Ook hier moet de sector investeren. Hoewel de emissies van het Franse luchtvervoer in 2023 10,5% lager waren dan in 2019, is er nog een lange weg te gaan.

Om deze overgang tot een succes te maken, hebben we een strategische langetermijnvisie nodig met een stabiel financieel kader, om een nieuwe wereldwijde standaard te bevorderen in een concurrerende markt. Bedrijven moeten vooruit kunnen plannen. Wij doen precies het tegenovergestelde.

Air France in het bijzonder is vastbesloten om koolstofvrij te worden door meer en duurzamere brandstoffen te gebruiken. Dit verzwakken is paradoxaal. De marges van luchtvaartmaatschappijen zijn laag en de prijzen zijn onderhevig aan hevige concurrentie. Als gevolg daarvan sluiten we routes, vernietigen we banen en connectiviteit voor onze metropolen en provinciale departementen, die inboeten aan aantrekkingskracht en toerisme. Omdat het rendabeler is om vliegtuigen elders te stationeren dan in Frankrijk: ze worden minder belast. En er zal een tekort aan vliegtuigen zijn voor meerdere jaren, gezien de moeilijkheden van de productielijnen. Het emissieniveau verschuift dus naar onze burens... bij gebrek aan een gecoördineerde aanpak.

Het binnenlands verkeer zal in 2024 25% lager liggen dan in 2019. De daling versnelt: -28% in het eerste kwartaal van 2025. De daling zal nog duidelijker zijn in mei (ongeveer 5% meer). Het totale verkeer (inclusief internationale vluchten) zal in 2024 1% lager zijn dan in 2019, terwijl het bij onze sectorgenoten 5-15% hoger zal zijn en in Europa 4% hoger. Een aanzienlijke kloof. In 2023 waren we de 4e grootste markt in Europa, maar in 2024 waren we teruggevallen naar de 6e plaats, ingehaald door Italië en Turkije. Wat het stoelenaanbod voor de komende maanden betreft, doen alleen Rusland en Noorwegen het slechter dan Frankrijk. We verwachtten een opleving na de Olympische Spelen in de zomer van 2025...

We geven de voorkeur aan buitenlandse 'hubs' omdat we door daar te reizen geen belasting hoeven te betalen op langeafstandsvluchten. Als je in Frankrijk reist, betaal je twee keer belasting op tickets (elke keer dat ze opstijgen). Als je naar het buitenland reist, betaal je alleen belasting op de heenvlucht. Toch betekent reizen naar het buitenland dat je meer belasting betaalt op langere vluchten. Het is een vreemde paradox om mensen aan te moedigen meer te vervuilen terwijl we het

tegenovergestelde beweren. Al met al kijken onze burens met spot en onbegrip naar het Franse model van decarbonisatie.

Maar levert dit model van volledige belasting meer inkomsten op voor onze begroting?

Het verschil in verkeerspunten met de buurlanden vertegenwoordigt evenveel minder belastingen, bijdragen en heffingen. Om nog maar te zwijgen van het waardeverlies van Air France en Aéroport de Paris, waarvan de staat aandeelhouder is, en het effect op het bedrijfsleven en het toerisme. De tekorten die ontstaan op provinciale luchthavens betekenen dat lokale overheden moeten bijdragen. De conclusie is dat belastingen op de lange termijn niet meer begrotingsinkomsten opleveren: we ontnemen onszelf inkomsten die naar onze burens gaan en we verzwakken de groei.

De sector streeft naar een uitstoot van nul in 2050 (met een restcompensatiecomponent).

Dit is de echte uitdaging, de uitdaging die ondersteuning, controle en verificatie verdient. Dankzij onze ingenieurs bevinden we ons in de beste positie om deze uitdaging aan te gaan. We hebben geleerd hoe we moeten vliegen, vervolgens hoe we passagiers in maximale veiligheidsomstandigheden kunnen vervoeren en ten slotte hoe we deze manier van reizen, die aanvankelijk voorbehouden was aan de rijken, kunnen democratiseren. We gaan het vliegtuig koolstofvrij maken.

Deze vierde revolutie veronderstelt dat we ons luchtvervoer niet economisch vernietigen.

> Transavia lanceert een unieke ticketverkoopdienst tot één uur voor de vlucht

(bron Ouest-France) 17 juli 2025

Mijn commentaar: Zoals zo vaak zit de duivel in het detail. Het persbericht van Transavia France vermeldt niet aan welke voorwaarden moet worden voldaan om een gedeeltelijke terugbetaling van de ticketprijs te verkrijgen.

Wat de belastingteruggave betreft, is een korte herinnering op zijn plaats.

Luchtvaartmaatschappijen zijn verplicht om luchthavenbelastingen terug te betalen als een klant het vliegtuig niet neemt, ongeacht de reden (annulering, gemiste

vlucht, vergeten documenten, enz.)

Dit geldt voor alle soorten tickets (restitueerbaar, niet-restitueerbaar, low-cost, enz.) en ongeacht de reden voor de no-show.

Maar let op: alleen individuele belastingen zoals luchthavenbelasting (QW) en passagiersbelasting (QX) kunnen worden terugbetaald. Het verzoek om terugbetaling moet door de passagier worden gedaan (en niet automatisch door de luchtvaartmaatschappij of het agentschap).

Andere kosten (brandstoftoeslag, veiligheid, solidariteit, enz.) worden niet terugbetaald.

Lees het artikel :

Het is een kleine revolutie in de luchtvaartindustrie: op dinsdag 15 juli 2025 lanceerde Transavia een nieuwe, flexibele en veilige doorverkoopdienst voor tickets. De low-cost dochtermaatschappij van Air France-KLM, een primeur in haar soort, is een samenwerking aangegaan met de start-up Fairlyne, meldt Le Figaro. Met de dienst kunnen passagiers die niet meer kunnen reizen hun tickets tot een uur voor hun vlucht aanbieden aan andere klanten.

In de praktijk kunnen tickets worden doorverkocht via de digitale kanalen van de luchtvaartmaatschappij (onder bepaalde voorwaarden). Het enige wat je hoeft te doen is naar het gedeelte "My Transavia" op de website transavia.com te gaan en te klikken op "Resell your ticket". De dienst is ook beschikbaar op de website resale.transavia.com.

De verkoop en transactie vinden plaats in de eigen wereld van de luchtvaartmaatschappij, zonder externe tussenpersonen. **Het platform garandeert een veilige transactie zonder extra kosten. De verkoper ontvangt een terugbetaling van het ticket ter waarde van ten minste het bedrag van de belastingen en maximaal 50% van de totale prijs.** Zo kunnen ze wat geld terugkrijgen en annulering zonder compensatie vermijden.

Voor Transavia is het doel tweeledig: "zorgen voor" haar klanten en het zoveel mogelijk voorkomen van lege stoelen bij het instappen. "Door onze passagiers een concrete oplossing te bieden wanneer ze niet meer kunnen reizen, verbeteren we zowel hun ervaring als onze activiteiten", zegt Nicolas Hénin, Executive Vice President Sales & Marketing, in een persbericht van Air Journal.

Dit type doorverkoopplatform dat rechtstreeks door de touroperator wordt beheerd, bestaat al in het spoorvervoer voor de treinen van Ouigo. Ouigoswap,

dat drie jaar geleden werd gelanceerd, stelt passagiers in staat om hun tickets (die niet kunnen worden terugbetaald) te verkopen en tot 80% van de prijs terug te krijgen. De service, die in eerste instantie beschikbaar was voor volledige treinen, is nu uitgebreid zodat passagiers hun tickets voor veel meer reizen kunnen verkopen.

Dit is de manier van de SNCF om de "ongecontroleerde" doorverkoop van tickets op sociale netwerken of via concurrerende platforms tegen te gaan. Deze platforms bestaan ook in de luchtvaartsector, maar ze brengen risico's met zich mee: ze zijn minder gecontroleerd en beveiligd dan de websites van luchtvaartmaatschappijen. Je moet ook op je hoede zijn voor oplichterij en voordat je koopt controleren of het wijzigen van de naam op een vliegticket is toegestaan door de luchtvaartmaatschappij die de vlucht uitvoert.

> Na de crash van Air India staat het debat over de installatie van cockpitcamera's weer op de agenda

(bron BFM) 17 juli 2025

Mijn commentaar: Overhaaste conclusies moeten worden vermeden. De rol van de piloten bij de crash is nog steeds onzeker.

Net als bij eerdere ongevallen - met name dat van vlucht AF447 van Rio naar Parijs - zou de aanwezigheid van camera's die de activiteiten van de piloten filmen ons een beter inzicht hebben gegeven in de opeenvolging van gebeurtenissen die tot de crash hebben geleid.

De pilotenvakbonden, waaronder IFALPA, blijven zich verzetten tegen deze maatregel, vanwege het risico op misbruik van de beelden. Er ontstaat angst voor mogelijk disciplinair of strafrechtelijk gebruik van de opnames, vooral in landen waar arbeidsrecht niet bestaat of de veiligheidscultuur onbeschermend is.

Ik onderschrijf het standpunt van APNA:

- Vandaag de dag worden FDM-gegevens (Flight Data Monitoring) en CVR-gegevens (Cockpit Voice Recorder) beschermd door strikte protocollen: ze worden gebruikt binnen een strikt niet-bestrafend kader, gewijd aan ongevallenpreventie.

Deze doctrine is gebaseerd op het vertrouwen van de bemanning en het "just culture" principe. Het zou een rode lijn zijn om dit evenwicht te verstoren door

het gebruik van deze opnames - laat staan video's - toe te staan voor disciplinaire of juridische doeleinden.

Als u meer wilt weten over de gebeurtenissen die hebben geleid tot de crash, nodig ik u uit om de Reuters studie "32 seconds to disaster" te lezen.

Lees het artikel:

De geschiedenis van de luchtvaart is bezaaid met ernstige ongelukken die vaak hebben geleid tot veranderingen aan vliegtuigen. Deze omvatten ramen met ronde randen, vluchtrecorders (zwarte dozen) en beveiligde toegangsdeuren tot de cockpit.

De crash van de Boeing van Air India (260 doden) heeft opnieuw het debat geopend over de aanwezigheid van camera's in cockpits om toezicht te houden op de handelingen van piloten. In het voorlopige rapport van de autoriteiten van het land staat dat de brandstoftoevoerschakelaars voor de motoren net na het opstijgen in de OFF-stand (gesloten) waren gezet. Deze handeling vereist drie handmatige handelingen, waardoor het per ongeluk ontgrendelen is uitgesloten.

Uiteraard zou een "zwarte doos op video" het mogelijk maken om de theorie van een opzettelijke handeling door een van de piloten te valideren of te ontkrachten.

Willie Walsh, directeur-generaal van de International Air Transport Association (IATA), is daarom **van mening dat** er "serieuze argumenten" zijn voor regelgeving die luchtvaartmaatschappijen verplicht cockpitcamera's te installeren.

"Gezien het weinige dat we op dit moment weten, is het heel goed mogelijk dat een video-opname, naast de stemopname, van onschatbare waarde zou zijn voor de onderzoekers", zei hij in een interview met de Singaporese media over de crash van Air India vlucht AI171.

Het idee is niet nieuw. Al in 2000 drong Jim Hall, voorzitter van de Amerikaanse National Transportation Safety Board (NTSB), er bij de Federal Aviation Administration (FAA) op aan om vliegtuigen uit te rusten met videorecorders na de crash van vlucht 990 van Egyptair, die vermoedelijk opzettelijk was.

Vliegtuigfabrikanten Boeing en Airbus ontwikkelen zelfs technologieën aan boord waarmee meer gegevens en beelden in realtime kunnen worden verzonden.

Maar **dit voorstel stuit op historisch en grootschalig verzet van piloten en hun**

vakbonden, die vragen stellen over vertrouwelijkheid en mogelijk misbruik van surveillance. Het moet gezegd worden dat, volgens specialisten in de sector, piloten soms een paar vrijheden nemen met de regels, door passagiers toe te laten in de cockpit, te roken...

"Tussen privacy en veiligheid is de balans ondubbelzinnig in het voordeel van de veiligheid," vertelde John Nance, een luchtvaartveiligheidsexpert en voormalig piloot, aan Reuters. "Het beschermen van passagiers is een heilige verplichting.

Vragen over vertrouwelijkheid en mogelijk misbruik

"Als er een garantie is dat gegevens niet worden teruggevonden, behalve in het geval van ongelukken, is dit een oplossing die door de vakbonden zou kunnen worden geaccepteerd", vertelde Xavier Tytelman, een luchtvaartconsultant, aan Ouest-France.

De pilotenvakbonden blijven echter even sceptisch als altijd, net als de luchtvaartmaatschappijen: de installatie van deze apparaten vereist grote aanpassingen aan de vliegtuigen, wat betekent dat ze aan de grond moeten worden gehouden, en dus tegen zeer hoge kosten.

Toch heeft de aanwezigheid van camera's aan boord zijn nut al bewezen, vooral bij ernstige helikopterongevallen.

In 2023 viel in Australië een Robinson R66 tijdens de vlucht uit elkaar, waarbij de piloot, de enige persoon aan boord, om het leven kwam. Volgens het eindrapport van het Australian Transport Safety Bureau, dat is gebaseerd op beelden die vanuit de cockpit zijn gemaakt, "was de piloot gedurende een groot deel van deze periode bezig met niet-vluchtgerelateerde taken, waaronder het gebruik van zijn mobiele telefoon en het nuttigen van eten en drinken". Zonder deze camera zou het mysterie zeker onopgelost zijn gebleven.

> Parijse luchthavens nog steeds niet terug op het verkeersniveau van voor de crisis

(bron Voyages d'Affaires) 15 juli 2025

Mijn commentaar: Terwijl het internationale verkeer geleidelijk het niveau van 2019 nadert, geldt dat niet voor het binnenlandse verkeer.

Passagiers kiezen steeds vaker voor alternatieven per trein of over de weg (zoals Blablacar), die een lagere CO2-voetafdruk hebben dan vliegen.

Lees het artikel :

"Kan beter" is zeker wat we denken als we de halfjaarlijkse resultaten zien voor de Parijse luchthavens, gepubliceerd door Aéroports de Paris. Toegegeven, het passagiersverkeer blijft stijgen. **In de eerste zes maanden van 2025** bedroeg het 51.347.180 passagiers, een stijging van 4,5%. **De groei wordt vooral gedreven door de luchthaven Orly. Het aantal passagiers steeg met 5% tot 16,75 miljoen.**

Aan de andere kant **ging het iets minder snel op CDG. De Air France hub noteerde een stijging van 4,3% tot 34,6 miljoen passagiers. Wat zorgwekkender is, is de aanhoudende daling op Roissy in vergelijking met 2019, het laatste jaar voor Covid. Het verkeer voor de eerste helft van 2025 ligt nog steeds 4,8% lager op dan voor dezelfde periode in 2019.** Orly daarentegen noteert precies hetzelfde cijfer... maar dan positief!

Nog een reden tot bezorgdheid: de maand juni vertraagde de groei. Met 9,69 miljoen passagiers op de twee luchthavens bedroeg de groei 4,1%. Maar CDG stagneerde met een groei van 2,6%. Dit komt neer op 6,43 miljoen passagiers, 7 punten minder dan in juni 2019.

Deze matige groei is met name te wijten aan de geopolitieke onrust in het Midden-Oosten, die heeft gewogen op het intercontinentale verkeer. In juni daalde het verkeer naar het Midden-Oosten met 3,5%. Tegelijkertijd hield de vertraging richting Noord-Amerika aan. Hoewel het aantal passagiers in juni met 1,9% steeg, was dit de kleinste toename van alle intercontinentale markten.

Het binnenlands verkeer daarentegen noteerde een onverwachte stijging van 2,8% in juni, waardoor het opnieuw 72,7% van het niveau van 2019 bereikte. **Over de eerste helft van het jaar daalde het binnenlandse verkeer echter met 1,4%. Het ligt nu meer dan 30% onder het niveau van voor de crisis.**

Bonusartikel

> De AI-gebaseerde prijsstelling van Delta Air Lines kan een vertrouwenscrisis onder klanten veroorzaken

(bron Forbes) 19 juli 2025

Mijn commentaar: Ik stel dit artikel voor omdat het gaat over een onderwerp dat verder gaat dan luchtvervoer. Het gaat over de menselijke behoefte aan eerlijkheid in prijsstelling.

Gedragseconomisch onderzoek toont aan dat consumenten een aangeboren gevoel voor eerlijkheid hebben dat, wanneer het geschonden wordt, sterkere negatieve emoties oproept dan bijna elke andere commerciële overtreding.

Het werk van Nobelprijswinnaar Daniel Kahneman over de eerlijkheidstheorie toont aan dat mensen winstgevende aanbiedingen afwijzen als ze de voorwaarden oneerlijk vinden en bereid zijn een prijs te betalen om bedrijven te straffen die ze als oneerlijk beschouwen.

Veel leesplezier.

Lees het artikel :

Hoe zou jij het vinden om iets te kopen en een geïndividualiseerde prijs te betalen die wordt bepaald door een alwetende kunstmatige intelligentie (AI)? Dit scenario is dichterbij dan je denkt.

Delta Air Lines zet groots in op AI om de winst te verhogen. De luchtvaartmaatschappij is van plan om tegen het einde van het jaar de door AI bepaalde prijzen uit te breiden van 3% naar 20% van de tickets. **Terwijl leidinggevend**en blij zijn met deze "ongelooflijk gunstige inkomsten per eenheid", vergeten ze dat **dit misschien niet in de smaak valt bij de klanten, die de belangrijkste gevolgen ondervinden van deze prijsstelling.**

Ze zien een krachtige psychologische factor over het hoofd die deze strategie zou kunnen doen ontsporen: de menselijke behoefte aan eerlijkheid in prijsstelling.

Volgens Fortune is het langetermijndoel van Delta Air Lines om helemaal af te stappen van vaste tarieven en geïndividualiseerde prijzen te creëren voor elke passagier met behulp van AI. "We zullen een beschikbare prijs aanbieden voor die vlucht, op dat moment, voor jou als individu," vertelde president Glen Hauenstein aan investeerders. Als klanten dit horen, denken ze: wie heeft er meer baat bij: de klant of de luchtvaartmaatschappij?

Dit betekent een fundamentele verandering in het psychologische contract tussen luchtvaartmaatschappijen en hun klanten. Zelfs buiten de luchtvaartsector moeten marketeers opletten.

Het probleem van de waargenomen eerlijkheid

Decennialang bepaalden luchtvaartmaatschappijen hun tarieven op basis van ongelijkheid. Deze ongelijkheid was echter over het algemeen transparant. De persoon naast je kon veel meer of veel minder hebben betaald dan jij voor dezelfde vlucht. **De prijzen varieerden naargelang de boekingsdatum en of het ticket volledig terugbetaalbaar was.**

Het was over het algemeen goedkoper om vooraf te boeken. Op het laatste moment boeken kon veel meer kosten als er weinig stoelen over waren, of zelfs minder als de vlucht nog half leeg was. De prijzen varieerden voortdurend naargelang de boekingen en de verwachte vraag. **Dit systeem** kon leiden tot aanzienlijke prijsverschillen, maar **leek** toch **fundamenteel eerlijk. De regels waren voor iedereen gelijk.**

Het AI-gebaseerde prijssysteem van Delta Air Lines vernietigt deze perceptie.

Wanneer een algoritme je prijs bepaalt op basis van een veelheid aan gegevens die specifiek voor jou zijn, maar zonder enige transparantie, voel je je waarschijnlijk bedrogen.

Het probleem van asymmetrische informatie

Als je ooit een tweedehands auto hebt gekocht van een autodealer, ben je zeker het probleem van asymmetrische informatie tegengekomen. De verkoper weet veel meer dan jij: welke problemen de auto kan hebben die snel moeten worden verholpen, de aankoopprijs van het voertuig, de verkoopprijs van vergelijkbare auto's, je kredietwaardigheid en geschiedenis, de minimale winst die de dealer bereid is te accepteren, en nog veel meer.

Terwijl de verkoper goochelt met cijfers voor de prijs van het voertuig, de financiering, extra opties en de inruilprijs, komen zelfs de meest kritische kopers bedrogen uit. Is het een wonder dat **verkopers van tweedehands auto's tot de minst betrouwbare beroepen behoren?**

Asymmetrische informatie is niet altijd slecht. Het bestaat in de relatie tussen artsen en patiënten, maar de meeste mensen vertrouwen het advies van hun arts. Het probleem ontstaat wanneer de partij met superieure kennis deze gebruikt als wapen om een voordeel te behalen ten opzichte van de andere partij. De autoverkoper die je een auto verkoopt met ongecorrigeerde problemen of die een exorbitante winstmarge hanteert is hier een voorbeeld van.

Delta Air Lines' gebruik van asymmetrische informatie

Delta Air Lines' benadering van AI doet tweedehands autodealers op amateurs lijken. Hun algoritme weet alles. Prijzen en beschikbaarheid van concurrerende vluchten. Verwachte vraag naar stoelen. Je kredietinformatie. Je aankoopgeschiedenis van vluchten. **Je prijsgevoeligheid.** Of u op zoek bent naar een hogere loyaliteitsstatus. **Uw gedrag** tijdens die specifieke zoeksessie. En

waarschijnlijk nog een dozijn (of meer) variabelen.

Gedragseconomisch onderzoek toont aan dat consumenten een aangeboren gevoel voor eerlijkheid hebben dat, wanneer het met voeten wordt getreden, sterkere negatieve emoties oproept dan bijna elke andere commerciële overtreding. **Het werk van Nobelprijswinnaar Daniel Kahneman over de billijkheidstheorie toont aan dat mensen winstgevende aanbiedingen afwijzen als ze de voorwaarden oneerlijk vinden en bereid zijn een prijs te betalen om bedrijven te straffen die ze als oneerlijk beschouwen.**

Waarom **de AI-gebaseerde prijsstelling van Delta Air Lines er anders uitziet** "Ze proberen de gedachten van mensen te lezen om erachter te komen hoeveel ze bereid zijn te betalen," vertelde Justin Kloczko van Consumer Watchdog aan Fortune magazine. **"Ze hacken in feite onze hersenen."**

Daarom zien AI-gebaseerde prijzen er fundamenteel anders uit dan traditioneel yield management. Wanneer een luchtvaartmaatschappij prijzen vaststelt op basis van vraag en aanbod, begrijpen klanten de logica. Als een algoritme je persoonlijke gegevens analyseert om het maximale te krijgen, lijkt het op misbruik.

Het psychologische onderscheid is belangrijk. Traditionele tariefdiscriminatie, zoals studentenkortingen, seniorentarieven, tarieven voor aankoop vooraf, enz. lijken aanvaardbaar omdat ze gebaseerd zijn op transparante en begrijpelijke factoren. **AI-gebaseerde tarifiering die zich individueel richt op klanten op basis van hun gepercipieerde betalingsbereidheid en andere onbekende factoren overschrijdt de grens van eerlijkheid.**

Hoe merkvertrouwen erodeert

Marketeers die AI-gebaseerde prijsstrategieën overwegen, moeten begrijpen hoe vertrouwen over het algemeen erodeert.

Fase 1: de schok van de ontdekking. De eerste keer dat klanten ontdekken dat ze twee verschillende prijzen aangeboden krijgen, afhankelijk van of ze ingelogd zijn of anoniem surfen, is hun emotionele reactie onmiddellijk. Sociale netwerken versterken deze ontdekkingen,

Fase 2: gedragsaanpassing. Klanten beginnen het systeem te omzeilen door VPN's te gebruiken, cookies te verwijderen, meerdere accounts aan te maken, aankopen te doen via applicaties van derden, enz. Zoals reisdeskundige Gary Leff opmerkte in Fortune, kan dit op korte termijn werken, maar luchtvaartmaatschappijen zouden uiteindelijk kunnen eisen dat aankopen worden gedaan na het inloggen. Niet langer anoniem, zouden klanten dan "gepersonaliseerde prijzen moeten ondergaan om stoelen met meer beenruimte te krijgen".

Fase 3: Merktrouw doorbreken. Wanneer klanten zich realiseren dat ze bij elke boeking een stapje extra moeten doen om je prijsalgoritme te slim af te zijn, verandert de relatie fundamenteel. Ze veranderen van voorstanders van het merk in tegenstanders van het merk en bekijken elke interactie met argwaan. Een studie van Gartner heeft het schadelijke effect van onnodige inspanningen op merkloyaliteit aangetoond.

Strategische implicaties voor marketingmanagers

"AI optimaliseert niet alleen de bedrijfsvoering, het herschrijft fundamenteel de regels van commercie en klantervaring," vertelde auteur Matt Britton aan Fortune magazine. Voor marketeers creëert dit een ongekennde uitdaging: hoe behoud je het vertrouwen in het merk terwijl prijsstrategieën implementeert die inherent onbetrouwbaar lijken?

#1. Transparantie als concurrentievoordeel

Nu steeds meer bedrijven overgaan op AI-gebaseerde prijsstelling, kunnen merken die transparante en voorspelbare prijzen hanteren een aanzienlijk concurrentievoordeel genieten. Kortetermijnwinsten van AI-optimalisatie kunnen worden tenietgedaan door het verlies van klanten aan 'eerlijkere' concurrenten op de lange termijn.

#2. De communicatie-uitdaging

Delta Air Lines vertelde Fortune dat het "strikte voorzorgsmaatregelen had genomen om naleving van de federale wetgeving te waarborgen", maar specificeerde niet wat die voorzorgsmaatregelen waren. Dit gebrek aan transparantie verergert het vertrouwensprobleem. Marketingmanagers die AI-gebaseerde prijzen implementeren zonder het vertrouwen van de klant te ondermijnen, moeten transparant zijn over hoe het systeem werkt, welke gegevens worden gebruikt en welke waarborgen er zijn.

#3. Segmentatiestrategie

Overweeg om AI-gebaseerde prijsstelling te beperken tot specifieke segmenten of producten waar prijsvariabiliteit al wordt verwacht. De radicale verschuiving van Delta Air Lines dreigt haar meest waardevolle klanten van zich te vervreemden - zakenreizigers die waarde hechten aan voorspelbaarheid.

#4. Positieve prijspresentatie

In plaats van individuele prijzen te berekenen voor elke klant, presenteer een lagere prijs voor sommige klanten als een korting. Een klant die winkelt en een pop-up ziet met de tekst "10% korting, alleen vandaag!" zal dit minder snel als vijandige manipulatie zien, zelfs als hij het de volgende keer niet ziet.

#5. De loyaliteitsparadox

Gary Leff voorspelt dat luchtvaartmaatschappijen van hun klanten zouden kunnen eisen dat ze "volledig in hun ecosysteem integreren om de vruchten van dit systeem te plukken". Dit kan een gevaarlijke dynamiek creëren waarbij **je beste klanten, diegenen die de meeste gegevens leveren en de meeste transacties doen, ook het meest uitgebuit kunnen worden door prijsalgoritmes. Merkentrouw zou bestraft kunnen worden.**

De toekomst van AI-gebaseerde prijsstelling

De Amerikaanse senator Ruben Gallego heeft de praktijk van Delta Air Lines al omschreven als "afbraakprijzen", wat het vooruitzicht op regelgeving om deze praktijk aan banden te leggen vergroot. Regelgeving zou echter wel eens het minste probleem kunnen zijn voor Delta Air Lines met AI-gebaseerde prijzen. Het grootste risico is het verlies van vertrouwen en loyaliteit van klanten.

Marketingmanagers die AI-gebaseerde prijzen overwegen, moeten een cruciale vraag beantwoorden: is het maximaliseren van inkomsten uit elke transactie het waard om de psychologische en emotionele basis van klantrelaties in gevaar te brengen?

Het experiment van Delta Air Lines met prijzen op basis van AI zou op korte termijn inderdaad "ongelooflijk gunstige inkomsten per eenheid" kunnen genereren. Maar als deze praktijk een vertrouwenscrisis veroorzaakt bij klanten die zich gemanipuleerd of oneerlijk behandeld voelen, kan deze winst in gevaar worden gebracht door afhakers en slechte publiciteit.

Einde persoverzicht

> Koersontwikkeling Air France-KLM

Het aandeel Air France-KLM sloot op vrijdag 18 juli op **€11,16**. Over de hele week is het aandeel **gestegen (+1,64%) na een stijging van +39% in de voorgaande drie weken**. De koers van het aandeel was 13,60 euro op 1 januari 2024, 8,23 euro op 1 juli 2024 en 7,604 euro op 1 januari 2025.

De gemiddelde (consensus) 12-maands analistenprijs voor het aandeel AF-KLM is 8,59 euro (begin januari 2024 was dit 17,50 euro). Het hoogste koersdoel is €12,50, het laagste €5,40.

Ik houd alleen rekening met de meningen van analisten na 1 juli 2023.

Je [kunt details over de analistenconsensus](#) vinden op mijn blog.

Hieronder zie je het koersverloop over de afgelopen 5 jaar.



Mijn commentaar: De aandelen van luchtvaartmaatschappijen veranderden deze week weinig, na een aantal weken te zijn gestegen.

> Brandstofprijzen deze week

De prijs van een vat vliegtuigbrandstof in Europa is licht gestegen (met \$1) naar \$97. De prijs was \$94 aan het eind van het jaar. Het was \$94 eind juni 2023 en \$79 voor het uitbreken van de oorlog in Oekraïne.

Brent ruwe olie (Noordzee) daalt licht (-\$2) tot \$69 per vat.

Van midden februari 2022 tot eind juli 2022 jojoede de prijs tussen \$100 en \$120. Sindsdien schommelt de prijs tussen \$100 en \$120. Sindsdien schommelt de prijs tussen \$75 en \$99.

Mijn commentaar: Olie is al enkele weken stabiel.

> CIPF-beheer

Wanneer je geld investeert in een van de FCPE-fondsen van Air France, krijg je aandelen in deze fondsen. Je houdt de aandelen niet rechtstreeks.

Het zijn de raden van toezicht, die je in juli 2021 hebt gekozen voor een termijn van vijf jaar, die de fondsen beheren en de beslissingen nemen.

De fondsen Partners for the Future, Aeroactions, Majoractions en Concorde houden

alleen aandelen Air France.

De fondsen Horizon Épargne Actions (HEA), Horizon Épargne Mixte (HEM) en Horizon Épargne Taux (HET) beheren portefeuilles van verschillende aandelen.

Mijn commentaar: Als u meer wilt weten over hoe de verschillende FCPE's van Air France worden beheerd, raadpleeg dan [mijn website navigaction, sectie Air France-KLM employee share ownership](#).

Meer informatie

Deze indicatieve informatie vormt geenszins een aansporing tot verkoop of een uitnodiging tot het kopen van aandelen Air France-KLM.

U kunt reageren op dit persbericht of mij informatie of gedachten sturen die mij zullen helpen u beter te informeren.

U kunt mij per omgaande elke vraag stellen die betrekking heeft op de Air France-KLM groep of op het aandeelhouderschap van werknemers.

Tot binnenkort.

[Klik hier](#) voor mijn laatste brieven

Als deze brief u bevalt, geef hem dan door.

Nieuwe lezers kunnen hem ontvangen door [mij een](#) e-mailadres naar keuze te sturen.

| François Robardet

In de voorhoede van een meer verantwoordelijke Europese luchtvaart, brengen we mensen samen om de wereld van morgen te bouwen.

(De bestaansreden van Air France-KLM)

Ik vertegenwoordig de werknemers en voormalige werknemers van Air France-KLM.

Je kunt me vinden op mijn twitteraccount @FrRobardet en op LinkedIn.

Deze brief gaat over de luchtvaartsector wereldwijd en onderwerpen die verband houden met het aandeelhouderschap van Air France-KLM.

Als u deze nieuwsbrief niet langer wilt ontvangen, [\[unsubscribe\]](#).

Als u het adres waarop u deze brief ontvangt wilt wijzigen, [laat uw nieuwe e-mailadres weten](#). mij dan

Om contact met mij op te nemen: [Bericht voor François Robardet](#).

11.689 mensen ontvangen dit persoverzicht live