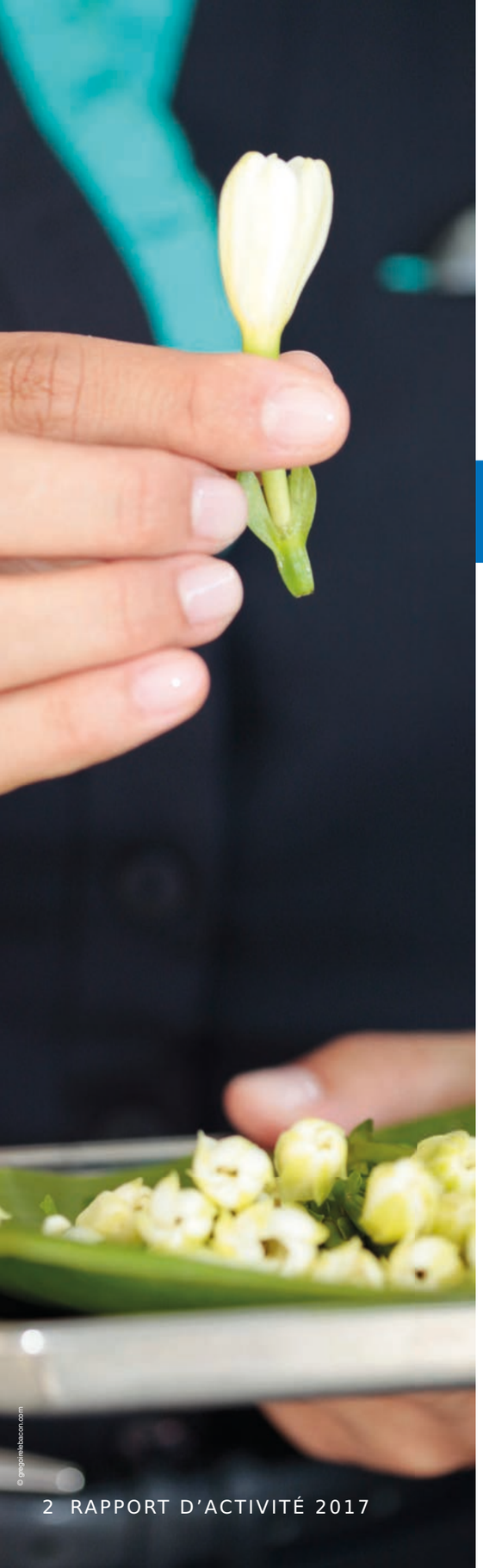
AIR TAHITI NUI

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2017


© pierrorebacon.com

SOMMAIRE

CHIFFRES CLÉS DE 2017 4

STATUT ET CAPITAL 5

RESSOURCES HUMAINES 6

LA DÉMARCHE QUALITÉ DE L'ORGANISATION 10

L'ACTIVITÉ AÉRIENNE 16

TRAFICS ET RÉSULTATS COMMERCIAUX 22

ATN, ACTEUR DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DE LA POLYNÉSIE FRANÇAISE 28

RÉSULTATS FINANCIERS 32

PERSPECTIVES 2018 35

ÉDITO

Dans la continuité de 2016, 2017 aura permis à Air Tahiti Nui de poursuivre sa mutation pour se préparer à la concrétisation de grands changements l'année prochaine avec l'entrée dans notre nouveau siège social, le *rebranding* de notre marque et l'exploitation de notre future flotte amenant de nouveaux produits et services pour nos clients.

L'entreprise a ainsi continué sa transformation digitale visant à améliorer l'expérience de ses clients et employés.

En parallèle, les projets structurants pour l'avenir de la Compagnie ont permis d'inscrire son développement dans la pérennité. Après les phases de configuration et de définition de nos nouveaux appareils, la préparation de l'entrée en service des Boeing 787-9 s'est amorcée dans le courant de l'année.

Les équipes se sont structurées pour préparer cette évolution et nous préparer à ces changements dans notre environnement de travail.

Dans le même temps, tout l'univers Air Tahiti Nui s'est vu remodelé pour positionner les valeurs de la marque, capitaliser sur la signature de la Compagnie qui la définit et la différencie du reste du monde et constituer une expérience de voyage incomparable, avec toujours en toile de fond le respect de l'environnement et l'engagement dans le développement économique de notre *fenua*.

Si nous avons été ébranlés en fin d'année par l'annonce de l'arrivée d'une double concurrence sur notre route bénéficiaire, nous restons convaincus que grâce à son capital humain et sa créativité notre entreprise dispose des ressources nécessaires pour s'adapter et prospérer.

Ce challenge qui s'impose nous donnera les moyens dans l'année à venir de nous réinventer autour de notre unicité, de nos richesses et des valeurs qui sont le socle de ce que nous sommes… Air Tahiti Nui.

À vos côtés, le voyage continue.

Maūru'uru.

© B. Lai Ah Chi – ATN

Michel MONVOISIN
Président du conseil d'administration et
président directeur général d'Air Tahiti Nui

CHIFFRES CLÉS DE 2017

+1% PAR RAPPORT À 2016

484 722
PASSAGERS TRANSPORTÉS

2
MILLIARDS DE FCFP DE RÉSULTAT NET
(SOIT PRÈS DE 17 MILLIONS D'EUROS)

-10% PAR RAPPORT À 2016

17 912
HEURES DE VOL
POUR 1 631 VOLS COMMERCIAUX

35,4
MILLIARDS DE FCFP DE CHIFFRE D'AFFAIRES
(SOIT PRÈS DE 297 MILLIONS D'EUROS)

CA ÉQUIVALENT À 2016

+0,8% PAR RAPPORT À 2016

790
COLLABORATEURS AU 31 DÉCEMBRE 2017
(DONT 399 PERSONNELS NAVIGANTS)

3
MILLIARDS DE FCFP DE RÉSULTAT D'EXPLOITATION
(SOIT PRÈS DE 25,3 MILLIONS D'EUROS)

+8,2% PAR RAPPORT À 2016

129 786
ADHÉRENTS AU CLUB TIARE

4,8
MILLIARDS DE FCFP DE CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT
(SOIT PRÈS DE 40 MILLIONS D'EUROS)

STATUT ET CAPITAL

1 RÉPARTITION DU CAPITAL

En septembre 2001, le statut juridique d'Air Tahiti Nui a évolué de celui de société anonyme à celui de Société anonyme d'économie mixte locale (SAEML), répondant ainsi aux règles statutaires liées à la prise de participation majoritaire du Pays dans le capital de la Compagnie.

2 LISTE DES ADMINISTRATEURS

En tant que société anonyme d'économie mixte, Air Tahiti Nui dispose d'un **conseil d'administration composé de 15 membres**, répartis comme suit au 31 décembre 2017 :

Administrateurs publics représentant le Pays et nommés en conseil des ministres

- **Monsieur Teva ROHFRITSCH**, *vice-président, ministre de l'Économie, en charge des grands projets d'investissement et des réformes économiques* ;
- **Madame Nicole BOUTEAU**, *ministre du Tourisme, des Transports internationaux, en charge des relations avec les institutions* ;
- **Monsieur Jean-Christophe BOUISSOU**, *ministre du Logement, de l'Aménagement et de l'Urbanisme, en charge du numérique, porte-parole du gouvernement* ;
- **Monsieur Nuihau LAUREY**, *représentant à l'Assemblée de la Polynésie française* ;
- **Madame Virginie BRUANT**, *représentante à l'Assemblée de la Polynésie française* ;
- **Monsieur René TEMEHARO**, *représentant à l'Assemblée de la Polynésie française* ;
- **Monsieur Daniel PALACZ**, *administrateur de la SAEML Air Tahiti Nui* ;
- **Monsieur Michel MONVOISIN**, *président du conseil d'administration et président directeur général d'Air Tahiti Nui* ;
- **Monsieur Gilles BERNEDE**, *représentant du personnel Air Tahiti Nui*.

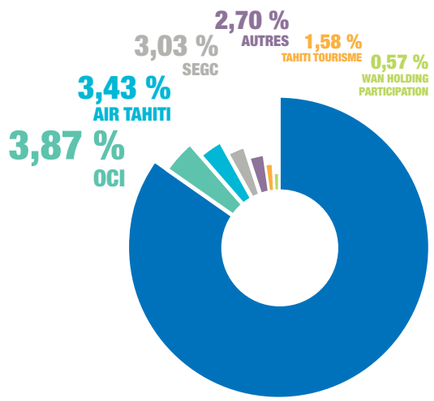
Administrateurs privés représentant le secteur privé

- **Monsieur Vincent LAW**, *1er vice-président du CA ATN, représentant la Société d'Études et de Gestion Commerciale (SEGC)* ;
- **Monsieur Yves BUHAGIAR**, *représentant la Financière Hôtelière Polynésienne* ;
- **Monsieur Bruno WAN**, *gérant de la société civile Wan Holding Participation* ;
- **Monsieur Matahiarii BROTHERS**, *président de la SAS Océanienne de Capital Investissement (OCI)* ;
- **Monsieur Joël ALLAIN**, *représentant Air Tahiti* ;
- **Monsieur Richard BAILEY**, *représentant Tahiti Beachcomber SA*.

3 COMMISSAIRE AUX COMPTES

Le commissaire aux comptes d'Air Tahiti Nui est la SCP GOSSE-PARION-CHANGUES-MENARD-ALBERT, représentée par **Monsieur Christophe PARION**.

DEPUIS LE 22 NOVEMBRE 2011,
LE CAPITAL S'ÉLÈVE À 1 622 956 875 XPF
ET SE RÉPARTIT COMME SUIT AU 31 DÉCEMBRE 2017 :



84,82 %
POLYNÉSIE FRANÇAISE

Parts dans le capital au 31/12/2017

RESSOURCES HUMAINES

1 ORGANIGRAMME COMPAGNIE

DIRECTION GÉNÉRALE

Michel MONVOISIN
Président directeur général

Mathieu BECHONNET
Directeur général délégué

DIRECTION DÉLÉGUÉE COMMERCIALE
Christopher KORENKE

RÉGIONS

Directeur région Amériques
Nicholas PANZA

Directeur région France Europe
Jean-Marc HASTINGS

Directeur région Asie
Atsushi CHINO

Directeur région Pacifique
Alan ROMAN

Responsable marché Brésil
Thomas REBERGUE

Direction des ventes
Christopher KORENKE
(par intérim)

Direction marketing et communication
Torea COLAS

Direction du service client
Vaitea KOHLER

Direction revenue management, pricing, programme et alliances
Christophe LE GALL

DIRECTIONS SUPPORT

Direction administrative et financière
Christophe VAN NIEL

Direction des ressources humaines et des affaires juridiques
Julien FINCK

Direction administration et organisation
Heifara MORIENNE

Direction des systèmes d'information
Laurent HUSSON

DIRECTION DÉLÉGUÉE À L'EXPLOITATION
Raymond TOPIN - Cadre responsable

Direction du système de gestion
Gilles BERNEDE

Direction technique
Yannick MERMET

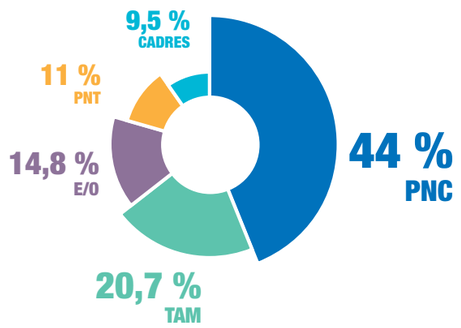
Direction des opérations au sol, escales et fret
Céline CLAEYS

Direction des opérations aériennes
Lionel CARRIÈRE

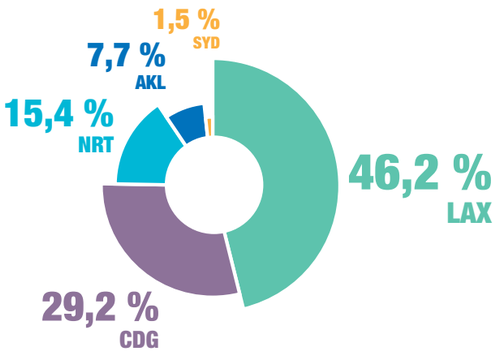
Secteur PNC
Éric DELCUVELLERIE

© B. Lai Ah Che et L. Chongue – ATN

RÉPARTITION DES EFFECTIFS DE POLYNÉSIE FRANÇAISE PAR CATÉGORIES PROFESSIONNELLES



RÉPARTITION DES EFFECTIFS DES STATIONS EXTÉRIEURES



Source : bilan social 2017 ATN

790 COLLABORATEURS AU 31 DÉCEMBRE 2017

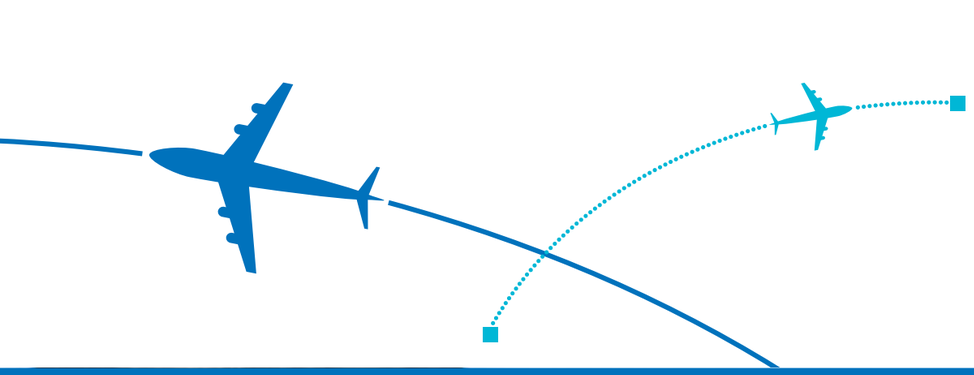
2 RÉPARTITION DU CAPITAL HUMAIN

Au 31 décembre 2017, les effectifs de la Compagnie s'établissent à 790 collaborateurs (contre 784 au 31 décembre 2016), répartis entre les personnels au sol à Tahiti (326), les personnels navigants (399 ; dont 319 personnels commerciaux et 80 personnels techniques), et les agents des bureaux et escales extérieures (65).

Répartition des effectifs Air Tahiti Nui par genre

	2015	Répartition 2015	2016	Répartition 2016	2017	Répartition 2017
Hommes	361	48,5 %	379	48,3 %	382	48,4 %
Femmes	384	51,5 %	405	51,7 %	408	51,6 %
Total	**745**	**100 %**	**784**	**100 %**	**790**	**100 %**

Source : bilans sociaux ATN



3 ÉVOLUTION DES EFFECTIFS

L'année 2017 a vu ses effectifs se renforcer grâce à 54 nouvelles embauches extérieures (dont 14 personnes en CDI) sur l'ensemble de l'entreprise (exploitation, commercial et dans les fonctions supports).

On notera notamment la nomination de deux commandants de bord (promotions internes) et l'arrivée de deux OPL (recrutements externes), venus renforcer les rangs des effectifs techniques pour pouvoir répondre aux besoins de la transition vers le B787 et ainsi préparer l'avenir.

Plusieurs postes ont aussi été créés au sein de la direction technique et des opérations pour répondre à la mise en place de l'ETOPS.

23 CDD ont rejoint Air Tahiti Nui, dont une majorité en renfort des équipes pour la mise en place de projets et la préparation de la transition Boeing, auxquels s'ajoutent 17 PNC saisonniers, embauchés pour répondre à l'activité de la haute saison et aux besoins de l'exploitation tout au long de l'année.

La parité est toujours respectée au sein de la Compagnie.

4 INDICATEURS POLYNÉSIE

Contrats de travail :

- 53 départs (dont 7 démissions)
- 695 salariés sous statut CDI
- 30 salariés en CDD
- 311 salariés avancés

Absentéisme :

- 10 accidents de travail
- 1 715 jours de maternité

© gregoirekalacon.com

5 MASSE SALARIALE GLOBALE

La masse salariale s'élève à **7,449 milliards de Fcfp** (soit -2,4 % par rapport à 2016) dont 2,246 milliards de Fcfp de charges sociales (cotisations patronales ; soit plus de 1,0 % par rapport à l'année précédente), à laquelle il faut rajouter l'intéressement pour **141 millions de Fcfp**, soit 7 % du résultat net.

6 FORMATION PROFESSIONNELLE

Sur 2017, la direction des ressources humaines a poursuivi son plan de formation et a vu ses indicateurs augmenter avec **448 stagiaires (effectifs sol) formés sur le volet dit administratif** (efficacité professionnelle et bien-être, bureautique/informatique, commercial/service client, langues, management, hygiène et sécurité) **pour un budget de 27,2 millions de Fcfp** (contre 20,6 M Fcfp en 2016, soit une augmentation de +32 %).

La DRH a mis en place cette année le premier séminaire des formateurs internes, avec des parcours dédiés et un accompagnement individuel.

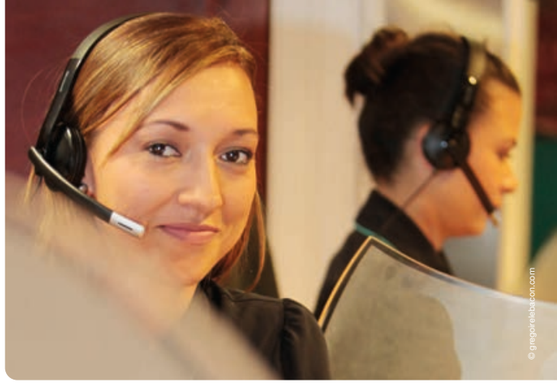
Le suivi des formations réglementaires s'est poursuivi avec la gestion des butées formations pour tout le personnel de la Compagnie et l'informatisation de ce processus via un outil SIRH[1], implémenté en toute fin d'année, qui sera déployé l'année prochaine.

À noter que des plans de formation à l'anglais et à la langue française – via le certificat Voltaire, ont été respectivement menés pour le personnel navigant et le personnel sol.

41,8 millions de Fcfp ont par ailleurs été attribués à la formation réglementaire des personnels navigants, contre 56,2 M Fcfp en 2016 (soit une baisse de -25,6 %, expliquée par l'intégration des coûts de formation Boeing dans le plan de transition).
Certaines formations métiers restent gérées par leur service de tutelle. **Le budget cumulé de formation Compagnie**, tout personnel confondu, **s'élève à 78 millions de Fcfp**.

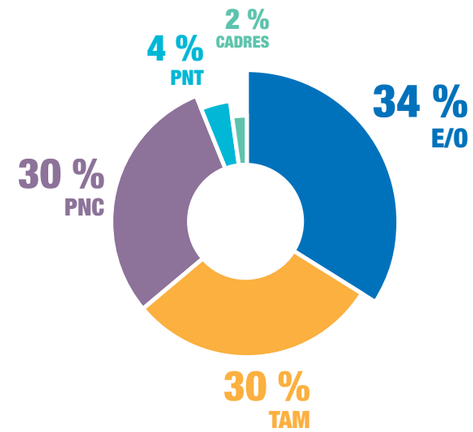
L'année prochaine, ces budgets devraient rester constants. La DRH vient par ailleurs de lancer une étude de projet sur la mise en place d'un nouvel *e-learning*.

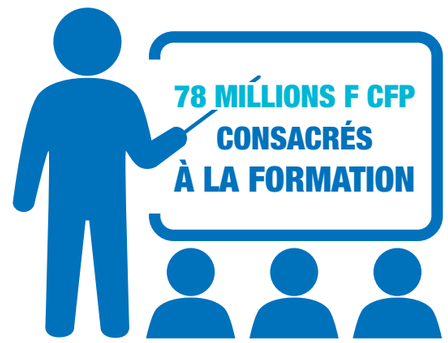
(1) Un système d'information de gestion des ressources humaines est constitué de plusieurs modules qui permettent de simplifier, automatiser et centraliser les tâches de la gestion des ressources humaines.



© gregoirekalacon.com

NOMBRE D'EMBAUCHES EN 2017 PAR CATÉGORIES PROFESSIONNELLES (CDI ET CDD CONFONDUS)





LA DÉMARCHE QUALITÉ DE L'ORGANISATION

En 2017, la DSI a consacré 1 500 jours-homme au développement du système d'informations. L'entreprise a ainsi accéléré sa transformation digitale visant à améliorer l'expérience de ses clients et de ses employés.
La cellule de responsabilité sociétale a également poursuivi tout au long de l'année ses efforts engagés depuis 2015 et structuré sa politique RSE autour de 4 axes et dix engagements de progrès afin d'assurer une croissance durable de son activité.

Au mois de septembre, un comité conformité et risques a été créé en interne pour regrouper les trois piliers de la gestion des risques de la Compagnie que sont la direction du système de gestion, le service du contrôle interne et le service de sécurité des systèmes d'information.
2017 a également vu sortir de terre le futur siège social de la Compagnie. ATN s'est fait accompagner au cours de l'année par une société spécialisée en *design* d'intérieur pour l'optimisation des espaces afin d'initier l'agencement des locaux.

1 TUA RATA

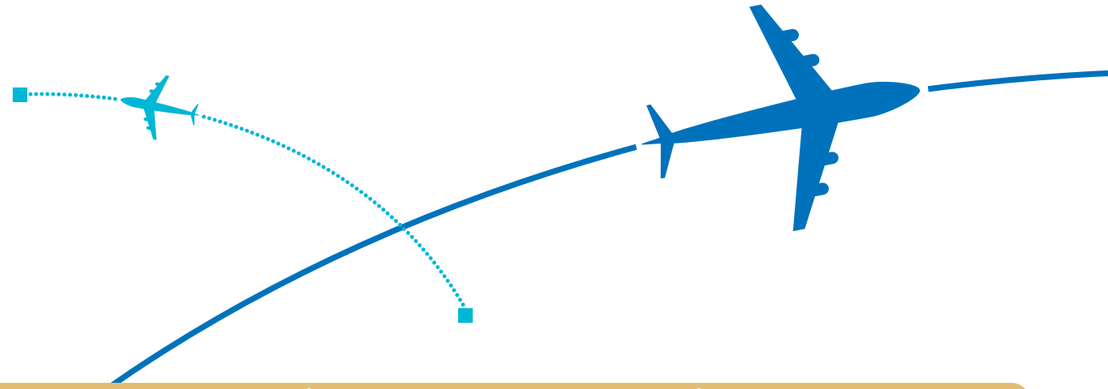
Le 16 novembre 2015, la cérémonie inaugurale de la pose de la première pierre des fondations du projet de construction du futur siège social d'Air Tahiti Nui en partenariat avec l'Office des Postes et des Télécommunications marquait l'ancrage du développement de notre Compagnie dans un paysage économique rasséréné, permettant d'amorcer sereinement des changements d'envergure sur le long terme.

4 136 m² des 14 046 m² de la surface totale du futur édifice seront dédiés à Air Tahiti Nui, permettant de réunir 250 collaborateurs de la Compagnie – soit plus de 80 % de l'effectif sol de Polynésie – aujourd'hui éparpillés sur trois sites à Tahiti.

Les travaux de fondation de l'immeuble ont été réalisés en grande partie en 2016. Ils se sont poursuivis sur l'année 2017, qui a surtout été consacrée à l'avancement des lots techniques (électricité, climatisation, plomberie, accès…) et au démarrage des travaux d'optimisation des surfaces et d'aménagement des espaces.
Le conseil de la société métropolitaine Tertiam a couvert les recommandations techniques, considérant les questions de durabilité, d'esthétique et de flexibilité pour des évolutions futures.

Le budget d'investissement du projet représente une enveloppe de 1,4 milliard de Fcfp, hors aménagements intérieurs des locaux.
La livraison du nouveau siège social est prévue pour fin août 2018.

© Agences d'Architecture Pascal BEAUDET Architecte d.p.l.g. + Eric REGAUD



2 DIGITALISATION DES EXPÉRIENCES CLIENT ET EMPLOYÉ

Suite à la modernisation de son PSS (système de gestion des passagers) avec Amadeus fin 2016, le site www.airtahitinui.com a bénéficié de nouvelles fonctionnalités, permettant aux clients de vivre une expérience de voyage enrichie et personnalisable.
Il est ainsi désormais possible d'effectuer certaines opérations en ligne :

- les passagers peuvent s'enregistrer à partir de 36 heures et jusqu'à 5 heures avant leur départ ;
- l'option « Time to Think » permet de bloquer les tarifs d'une réservation en ligne pendant 3 jours (72 heures) ;

et de s'offrir des services à la carte (accès au salon, pass prioritaire, panier garni).

En gage de reconnaissance, ATN s'est vue récompensée pour son site Internet dans la catégorie transport aérien par le prix des *Travel d'Or 2017*. Premier prix totalement indépendant, les «Travel d'Or™» ont pour vocation depuis 2009 de récompenser les entreprises du secteur du tourisme qui font la différence sur le Web.

Autre amélioration notable, une nouvelle solution de gestion des demandes d'information et retours clients a été mise en œuvre pour le service client de la Compagnie. Outre les gains de temps et la simplification des tâches qu'elle apporte aux employés, cette solution améliore l'expérience de nos clients : un formulaire électronique, disponible sur le site Web, leur permet désormais d'entrer en contact et d'interagir de manière intuitive avec la Compagnie, et ce 7j/7 et 24h/24. Le processus de gestion des réclamations clients a ainsi été optimisé et les délais de réponse réduits de manière significative.

Pour simplifier et réduire leur charge de travail administrative, les chefs de cabine principaux (CCP) ont également été équipés de tablettes qui leur permettent de consulter la documentation de bord et de rédiger et transmettre électroniquement les rapports de vol. Elles améliorent par ailleurs la qualité de la relation commerciale en leur permettant de consulter et enrichir les informations relatives aux passagers à bord.

Les personnels navigants techniques ont eux aussi été dotés d'une tablette équipée de logiciels professionnels leur permettant d'accomplir leurs tâches techniques et administratives de manière plus rapide et sécurisée. Elle leur permet par ailleurs de disposer des outils implémentés en interne pour préparer au mieux leurs vols, poursuivant le double objectif d'améliorer le confort passager et l'efficacité énergétique du vol.

La transformation digitale d'Air Tahiti Nui se poursuivra sur deux axes principaux en 2018 : la mise en service de la nouvelle flotte Boeing et l'enrichissement de la connaissance et de l'expérience client.

eWAS Solution

Après son déploiement chez des *majors* du transport aérien, Air Tahiti Nui est la deuxième compagnie française à déployer la solution « eWAS » (*Enhanced Weather Awareness System*), un système de prévention de risques météorologiques pour les vols. En recoupant les données de prévisions de *multiproviders* tels que Météo France, Schneider Electric, US NOAA, etc., l'application propose un affichage dynamique et interactif de modèles de prévisions permettant aux pilotes d'être informés avec une grande précision des aléas météorologiques auxquels ils devront faire face pendant leur vol. Grâce à une anticipation des turbulences et une vision globale sur les phénomènes significatifs dangereux pour l'aérien, pilotes et agents du centre de contrôle des opérations (CCO) peuvent ainsi proposer aux clients des vols plus confortables. Une avancée de taille en matière de sécurité mais également au niveau des conditions de travail des personnels navigants qui, en vol, sont aussi exposés aux phénomènes météorologiques.

CARTOGRAPHIE DES 10 ENGAGEMENTS RSE

EXPLOITATION RESPONSABLE ET DURABLE

ASSURER UNE EXPLOITATION RESPONSABLE DE NOS VOLS EN FAVEUR DE NOS PASSAGERS ET FRET DE/VERS LA POLYNÉSIE

1 Garantir la santé et la sécurité de nos clients (internes et externes) et de nos marchandises

2 Maintenir une relation durable avec nos parties prenantes (clients, partenaires, etc.)

EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE

RÉDUIRE NOTRE EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE

3 Réduire nos émissions et participer à la lutte contre le réchauffement climatique

4 Atténuer l'impact environnemental de notre activité (performance énergétique, déchets)

5 Contribuer à la préservation de la destination Tahiti et de sa biodiversité

EMPLOYEUR ENGAGÉ

FAVORISER LA QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL DE NOS COLLABORATEURS

6 Partager une vision commune et maintenir les bases d'une relation de confiance

7 Assurer la santé et la sécurité au travail

8 Développer les compétences et soutenir l'épanouissement des collaborateurs

VECTEUR DE DÉVELOPPEMENT

ACCOMPAGNER LE DÉVELOPPEMENT DE LA POLYNÉSIE

9 Intégrer le développement durable dans notre activité et notre culture

10 Soutenir et favoriser les projets de développement économique du Pays (industrie touristique, innovation sociale, etc.)

Une démarche qui a pris son envol

Volontairement engagée dans une démarche de responsabilité sociétale depuis 2015, Air Tahiti Nui a structuré sa politique RSE autour de 4 axes majeurs pour répondre aux défis du développement durable (exploitation responsable, environnement, engagement employeur et développement local) et dix engagements de progrès.

En 2017, la Compagnie a poursuivi ses efforts, récompensés par deux distinctions :

- un **TravelPlus Airline Amenity Bag Award** pour le kit confort de sa classe Poerava Business en catégorie « éthiquement durable ». Distribué à bord en classe affaires, ce kit confort est confectionné à partir de matériaux recyclables (étui en paille de roseau, masque en coton organique, chaussettes en fibre de bambou et coton organique et brosse à dents en fécule de maïs) ;
- un **CUBE 2020 d'argent** (2de place) en catégorie Outre-mer, pour avoir réalisé en un an 14,3 % d'économie d'énergie au sein de ses locaux de Tahiti grâce aux éco-gestes de ses salariés.

Une politique environnementale engagée

En tant que compagnie aérienne internationale, Air Tahiti Nui est pleinement concernée par la mesure exemplaire de l'industrie aérienne dans la lutte contre le changement climatique, s'impliquant concrètement dans le « programme de compensation et de réduction carbone pour l'aviation internationale » baptisé CORSIA(1). La politique de réduction à moyen et long terme qui découle de la réalisation du premier bilan carbone de la Compagnie (en 2015) permet à Air Tahiti Nui de se préparer de manière proactive à sa mise en application d'ici 2020 (suivi et réduction de ses émissions).

En amont du renouvellement de la flotte de la Compagnie qui permettra d'améliorer jusqu'à 20 % son efficacité énergétique et carbone, la cellule RSE continue de mener une large campagne de sensibilisation – renforcée en 2017 – afin d'inciter les salariés à contribuer activement, chacun à son niveau, à la politique environnementale d'Air Tahiti Nui.

280 AGENTS ÉCO-ACTEURS ET PLUS DE 3 MILLIONS DE FCFP D'ÉCONOMIE ÉNERGÉTIQUE DES BÂTIMENTS EN 2017

Tri des déchets, économie d'énergie, déplacements optimisés (co-voiturage, défis mobilité) : la mobilisation des employés au travers des éco-gestes au bureau a été récompensée d'un CUBE d'argent pour la première participation d'Air Tahiti Nui au concours national CUBE 2020 (organisé par l'Institut français pour la performance du bâtiment – IFPEB, qui valorise les bâtiments tertiaires réalisant des économies d'énergie grâce aux éco-gestes de leurs occupants).

Concernée par la thématique de mobilité durable (en tant que transporteur aérien de passagers et fret), Air Tahiti Nui a également renouvelé son parc automobile en investissant dans l'achat de cinq véhicules utilitaires 100 % électriques et ainsi adhéré à la charte « Éco-mobilité en Polynésie », initiée par l'ADEME Polynésie.

La Compagnie a aussi soutenu l'initiative sociale « Utilbus » qui offre un moyen de déplacement gratuit pour les personnes vulnérables des quartiers des communes de Papeete et Punaauia.

Insuffler une dynamique collective de santé

Dans le cadre de son adhésion à la charte « Entreprise active pour la santé de ses salariés », Air Tahiti Nui poursuit également par le biais de son comité santé sa politique de sensibilisation des employés à une alimentation équilibrée couplée à la pratique d'une activité physique, garantes d'une santé efficiente au travail et au bénéfice durable pour l'employé.

Durant l'année, un concours interne innovant « Bouge pour ta santé » a proposé, sur une période de trois mois, 15 ateliers (sport et nutrition) afin de motiver et accompagner plus de 96 personnels de 11 services dans leur démarche de reprise en main de leur santé. 87 % des participants se sont dits satisfaits de ce challenge jugé « très agréable, motivant et convivial ».

Fort développement des actions de solidarité

Au-delà de sa contribution économique et sociale au développement de la Polynésie, Air Tahiti Nui participe et soutient de nombreuses actions dans les domaines de la solidarité, de l'éducation, de la culture et de l'environnement, pour un montant de 32,1 millions de Fcfp en 2017 (contre 26,7 millions de Fcfp en 2016).

Elle reste un partenaire fidèlement impliqué en faveur du *fenua* et de sa population :

- en ayant transporté les vivres et dons provenant de France et de Los Angeles en faveur des victimes des intempéries qui ont frappé Tahiti en début d'année (soit plus de 11 tonnes dans ses soutes) ;
- au travers du programme d'actions de lutte contre l'exclusion porté par le Club d'entreprises FACE Polynésie (Fondation agir contre l'exclusion), dont elle est membre fondateur – lequel a mené en 2017 plus de 42 actions en faveur de 1 071 bénéficiaires.

Le 1er rapport de développement durable 2016

Dans une démarche de transparence, Air Tahiti Nui a publié cette année son premier rapport de développement durable afin de présenter sa politique RSE et les actions menées en la matière sur l'année 2016.
Il a été élaboré conformément aux principes généraux de la *Global Reporting Initiative* (GRI) – norme reconnue à l'échelle internationale pour rendre compte des enjeux économiques, environnementaux et sociaux d'une entreprise.
La prochaine étape va consister à réévaluer et faire progresser la démarche RSE d'ATN d'ici 2020, en prenant en compte les attentes de ses parties prenantes.

Flashez ce code et retrouvez ce rapport sur www.airtahitinui.com

(1) La nouvelle règlementation CORSIA (*Carbon Offsetting and Reduction Scheme for International Aviation*) de l'Organisation de l'aviation civile internationale (OACI), votée en octobre 2016, s'adresse à toutes les compagnies aériennes internationales sur l'ensemble de leurs réseaux.

4 CONFORMITÉ ET RISQUES

La direction du système de gestion (DSG)

Le système de gestion est une organisation structurée du management de la sécurité regroupant les domaines des opérations vol, sol, maintenance, sécurité des vols, sûreté et *Approuved Training Organisation* (ATO).

La DSG est une direction placée sous l'autorité du cadre responsable de la Compagnie et présidée par un directeur. Elle regroupe et concerne quatre pôles :

- la sûreté : établir les programmes de sûreté de la Compagnie dans tous les pays desservis, suivant les règlements et consignes applicables ; former l'ensemble du personnel à la sûreté ;
- l'*Emergency Response Plan* (ERP) : établir le plan d'urgence en cas de catastrophe aérienne de la Compagnie. Le plan permet d'assurer une intervention centralisée, contrôlée et coordonnée face aux urgences ;
- la sécurité : identifier et analyser les risques liés à tous les domaines de l'exploitation et mettre en place les mesures correctives et préventives adaptées ;
- la surveillance de la conformité : garantir la conformité avec les exigences règlementaires applicables et toute autre exigence supplémentaire.

Les autorités de tutelle (Direction générale de l'aviation civile [DGAC], Service d'État de l'aviation civile en Polynésie française [SEAC], Organisme pour la sécurité de l'aviation civile [OSAC]) s'assurent au travers d'audits qu'Air Tahiti Nui est conforme à la réglementation EASA (Agence européenne de la sécurité aérienne). Les résultats des multiples audits des autorités et la notation qui en découle permettent d'effectuer un classement national des compagnies aériennes disposant d'une licence d'exploitation de transporteur aérien.

L'indicateur de performance du système de gestion ATN est caractérisé par deux indicateurs représentant la mesure du niveau de conformité, issus de l'exercice de la surveillance de l'opérateur par l'autorité sur les 12 et 24 derniers mois :
- le taux de conformité,
- la capacité de remise en conformité.

Le taux de conformité correspond au nombre d'écarts relevés lors des actes de surveillance divisé par le nombre de jours-homme alloués à cette surveillance (les constatations sont pondérées en fonction de leur niveau).
La capacité de remise en conformité correspond au taux d'écarts clôturés en deçà d'un certain délai.

LES STATISTIQUES NATIONALES INDIQUENT COMMENT ATN SE SITUE, SUR LES 12 ET 24 DERNIERS MOIS, PAR RAPPORT À CES DEUX INDICATEURS :

1. Taux de conformité : 1er sur 24 (16e en 2016) ;
2. Capacité de remise en conformité : 9e sur 24 (12e en 2016).

TAUX DE CONFORMITÉ
16E EN 2016

Le contrôle interne (COI)

Le poste de contrôleur interne vise l'amélioration continue et l'optimisation des processus opérationnels de la Compagnie tout autant que la qualité de son organisation.
Rattaché à la direction générale, le service a pour principales fonctions :

- de développer le dispositif de contrôle interne, le promouvoir et suivre sa mise en œuvre au sein de la Compagnie ;
- de s'assurer de l'efficacité des systèmes de gestion des risques et de contrôle interne avec la réalisation d'audits.

Un comité de contrôle interne créé en 2016 (composé des PDG, DGD, DAF et responsable du contrôle interne en tant que membres permanents – le directeur des unités concernées par les rapports présentés et le RSSI pouvant être invités) s'assure de la cohérence et de l'efficacité du contrôle interne de la Compagnie, de la bonne organisation et de la complétude des contrôles permanents des activités et de l'efficacité des dispositifs de surveillance et de contrôle des risques. Le comité de contrôle interne s'est tenu deux fois sur l'année 2017 pour examiner les rapports d'audit, valider les recommandations et veiller à leur mise en œuvre.

L'audit interne COI

L'audit interne dispose d'une charte approuvée en octobre 2016 par les membres du comité de contrôle interne qui précise son indépendance et son objectivité, procurant à Air Tahiti Nui une assurance de son degré de maîtrise des opérations.
Il réalise des contrôles périodiques, mesure le niveau des risques encourus, vérifie le respect des procédures et s'assure de l'efficacité et du caractère approprié des dispositifs en vigueur. Il vérifie également que les opérations réalisées par la Compagnie ainsi que les procédures internes sont conformes aux dispositions législatives et réglementaires en vigueur et aux normes et usages professionnels. Il mesure l'adéquation ainsi que l'efficacité des procédures d'évaluation et de gestion des risques et formule des recommandations pour apporter des améliorations, renforcer, sécuriser, organiser les services en fonction des risques auxquels ils sont exposés.

Les recommandations préconisées dans les rapports, assorties d'une échéance et d'un niveau de risque, sont validées à l'occasion du comité de contrôle interne et deviennent exécutoires. Les directions auditées sont chargées de leur application. Ces éléments sont consignés par l'audit interne et font l'objet d'un suivi et d'une relance périodique auprès des directions concernées.

La sécurité des systèmes d'information (SSI)

L'analyse des risques menée en 2015 suite à la nomination du responsable de la sécurité des systèmes d'information de la Compagnie (RSSI) a permis de définir un plan d'action sur trois ans. Les réalisations de l'année se répartissent selon 4 axes complémentaires qui ont vu des mesures techniques ou organisationnelles se déployer sur 2017 :

Axe1 - La gouvernance de la sécurité du système d'information (SI) :

- mise en place d'un comité sécurité du SI trimestriel pour suivre l'avancement des plans d'actions ;
- les 14 standards qui constituent la politique de sécurité du système d'information (PSSI) d'Air Tahiti Nui ont été finalisés. Ils précisent les règles et processus à respecter et s'inspirent de la norme ISO 27002 qui fait référence en la matière ;
- mise en place de tableaux de bord et d'indicateurs pour suivre l'évolution du niveau de sécurité du SI.

Axe 2 - Les audits de la sécurité du SI :

- état des lieux de la conformité de la Compagnie vis-à-vis de la loi informatique et libertés et du nouveau règlement général pour la protection des données (RGPD) ;
- test d'intrusion réalisé par un prestataire spécialiste afin d'évaluer le niveau de sécurité de plusieurs applications et services exposés sur Internet.

Axe 3 - La sécurité dans les projets :

- sécurisation de la flotte d'iPad pilotes et chefs de cabine principaux ;
- sécurisation des communications cockpit/sol des Boeing 787 grâce à des certificats numériques.

La sécurité de certains systèmes avion tels que l'*e-Enabling*, l'*InFlight Entertainment* ou l'*Electronic Flight Bag* s'appuie sur des certificats numériques qu'Air Tahiti Nui doit être capable de produire. Afin de gérer ces certificats, la mise en place d'une infrastructure de gestion de clés est nécessaire. Ce système, véritable pierre angulaire de la sécurité des communications de l'avion, a été installé fin 2017 selon les recommandations de sécurité des différents constructeurs (Boeing et Panasonic). Le bon fonctionnement de ces certificats sera testé dans les laboratoires de Boeing et Panasonic courant 2018 avant l'entrée en service de la nouvelle flotte.

Axe 4 - La sensibilisation des employés :

223 personnes ont été sensibilisées sur l'année. Des séances d'information ont été dispensées en présentiel pour les nouveaux arrivants, les personnels de la DSI, les détenteurs d'ordinateur portable et les membres du comité de direction, par groupes de huit personnes maximum. Pour les pilotes et les chefs de cabine principaux, un module *e-learning* adapté à leur environnement de travail (tablette) a été créé.

Le comité conformité et risques

En septembre 2017, Air Tahiti Nui a regroupé ces trois piliers de la gestion des risques (SG, COI et SSI) au sein du comité conformité et risques.
Il a été décidé de regrouper ces trois directions et services car elles possèdent notamment en commun la maîtrise des risques des différents domaines (SG : sécurité des vols ; COI : sécurité financière ; SSI : sécurité des systèmes d'information) et les conséquences possibles en cas de non maîtrise (pertes financières, impact sur l'image et la réputation, impact juridique, impact organisationnel/opérationnel).

L'objectif de ce comité est de :

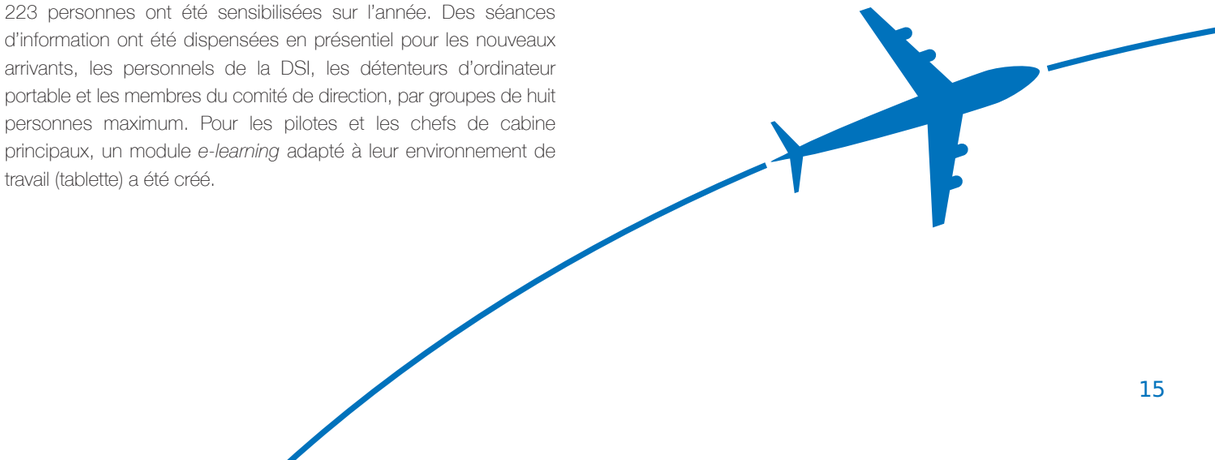
- faire un point d'étape annuel résumant les principales réalisations de ses parties prenantes ;
- apporter une vue synthétique de l'état de conformité d'Air Tahiti Nui vis-à-vis des différentes règlementations et des recommandations suite aux audits externes ;
- le cas échéant, informer les membres du comité des évolutions règlementaires qui pourraient avoir un impact sur l'organisation d'Air Tahiti Nui.

Parallèlement, le RSSI et le RCOI tiennent régulièrement un comité qui leur permet de présenter un plan d'audit, des conclusions et des recommandations à la direction générale de la Compagnie.
La direction du système de gestion tient quant à elle deux comités sécurité par an pour présenter les indicateurs de performance de sécurité issus de la surveillance et de l'analyse des événements sécurité et des études de changements (indicateurs réactifs, proactifs, prédictifs) au cadre responsable de l'organisation.

En complément, le comité conformité et risques se réunit à minima une fois par an et à chaque fois que ses membres le jugent nécessaire.

Le comité conformité et risques est composé des membres suivants :

- administrateurs de la Compagnie ;
- président directeur général ;
- directeur général délégué ;
- directeur du système de gestion ;
- responsable de la sécurité des systèmes d'information ;
- responsable du contrôle interne.



L'ACTIVITÉ AÉRIENNE

1 AGRÉMENTS ET LICENCES

En tant que compagnie de transport aérien international française, Air Tahiti Nui possède pour opérer :

- une licence de transporteur aérien, de décembre 2006 (arrêté 1389 CM) ;
- un certificat de transporteur aérien (CTA) n°FR.AOC.OO83, du 18 décembre 2014;
- un certificat d'agrément d'organisme de maintien de la navigabilité FR.MG.0061, du 24 décembre 2014;
- un certificat d'agrément de maintenance partie 145 pour l'entretien des aéronefs FR 145.0423, du 02 août 2016.

La certification IOSA (*IATA Operational Safety Audit*) est le programme d'audit développé par l'IATA (*International Air Transport Association*), basée sur les standards qui couvrent les réglementations de type OACI (Organisation de l'aviation civile internationale), FAA (*Federal Aviation Association*), EASA (*European Aviation Safety Agency* - Agence européenne de la sécurité aérienne), etc.

Désormais obligatoire pour toute compagnie aérienne membre de l'IATA, la certification IOSA est valide pour deux ans à compter de la date de début de l'audit. Cet audit n'est mené que par quelques organismes agréés dans le monde entier.

Le système d'évaluation IOSA couvre les huit aspects les plus importants liés à la sécurité des opérations aériennes :

- organisation et management opérationnel (ORG) ;
- opérations aériennes (FLT) ;
- contrôle opérationnel/dispatch (DSP) ;
- *engineering* et maintenance (MNT) ;
- opérations cabine (CAB) ;
- opérations sol (GRH) ;
- fret/marchandises dangereuses (CGO) ;
- sûreté opérationnelle (SEC).

En juin 2017, la Compagnie a procédé au 6e renouvellement de son agrément. Le programme d'audit a évolué avec l'introduction du ENHANCED-IOSA ou E-IOSA (littéralement « IOSA amélioré »), basé sur l'intégration des pré-audits IOSA dans le programme d'audit interne des compagnies, la standardisation des formations des auditeurs et l'établissement d'un *conformance report* envoyé à l'agence effectuant l'audit avant chaque renouvellement.
Ce principe a pour but de se focaliser davantage sur l'implémentation et l'application des procédures lors du renouvellement plutôt que la conformité documentaire et améliorer ainsi la sécurité.

6e RENOUVELLEMENT DE SON AGRÉMENT

© Benoit Iwzuma

2 ETOPS

Le choix d'Air Tahiti Nui de changer sa flotte d'avions au profit de bimoteurs de Boeing à l'horizon 2018 implique l'application de règles ETOPS soumises à une approbation des autorités pour opérer toutes les lignes avec la future flotte.
En amont de l'arrivée de ses Boeing 787-9, la Compagnie a donc souhaité obtenir un certain nombre de crédits d'expérience afin d'avoir l'approbation ETOPS 180 minutes. Dans ce but, l'organisation interne et les procédures ont été revues.
Le centre de contrôle des opérations de la Compagnie a notamment structuré son organisation en créant deux entités permettant de se conformer aux exigences liées à une exploitation ETOPS :

- la première cellule se constitue de *dispatchers*, en charge de la préparation des dossiers de vol ;
- la seconde est composée de superviseurs, responsables du *flight watch* (suivi de vol) et de la régulation du programme des vols (gestion des aléas).

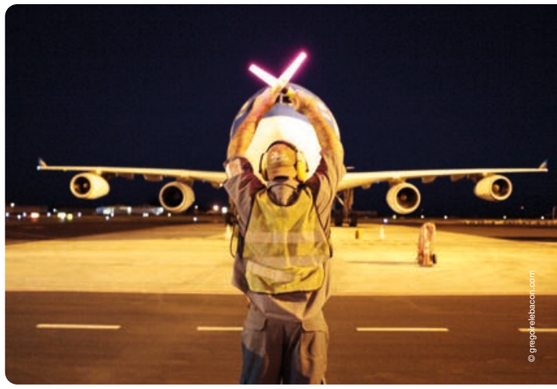
Depuis le 31 Juillet 2017, tous les vols de la Compagnie sont opérés conformément aux procédures ETOPS ; le challenge ayant été de transposer une réglementation établie pour des bimoteurs sur des quadrimoteurs : une première en Europe !

3 LE RÉSEAU

Air Tahiti Nui dessert quatre continents. Elle se positionne comme le principal transporteur aérien desservant la Polynésie française avec des vols quotidiens sur cette destination. La Compagnie propose des vols au départ de Papeete vers Los Angeles, Tokyo, Auckland et Paris (via Los Angeles).

Air Tahiti Nui dessert 50 villes grâce à ses partenaires en partage de code :

- **La SNCF avec le programme TGV Air en France et en Europe** permet de desservir, en quotidien, depuis CDG : Aix-en-Provence, Angers, Avignon, Bordeaux, Le Mans, Lille, Lyon, Marseille, Metz, Montpellier, Nantes, Nîmes, Poitiers, Reims, Rennes, Strasbourg, Toulon, Tours, Valence et Bruxelles.
- **American Airlines en Amérique du Nord** dessert quotidiennement, au départ de Los Angeles : Atlanta, Boston, Charlotte, Chicago, Dallas, Denver, Fresno, Houston, Las Vegas, Miami, New York, Orlando, Philadelphia, Phoenix, Portland, St Louis, Salt Lake City, San Diego, San Francisco, San Jose, Seattle, Toronto et Washington. L'accord de *code-share* avec la compagnie américaine a été étendu depuis le 7 juillet avec une nouvelle destination au Canada, Vancouver.
- **Qantas et Air Calin** complètent l'offre Air Tahiti Nui dans le Pacifique Sud avec Sydney, Melbourne, Brisbane, Perth et Nouméa.
- **Korean Air** dessert Séoul en Asie.


© gregoirebacon.com

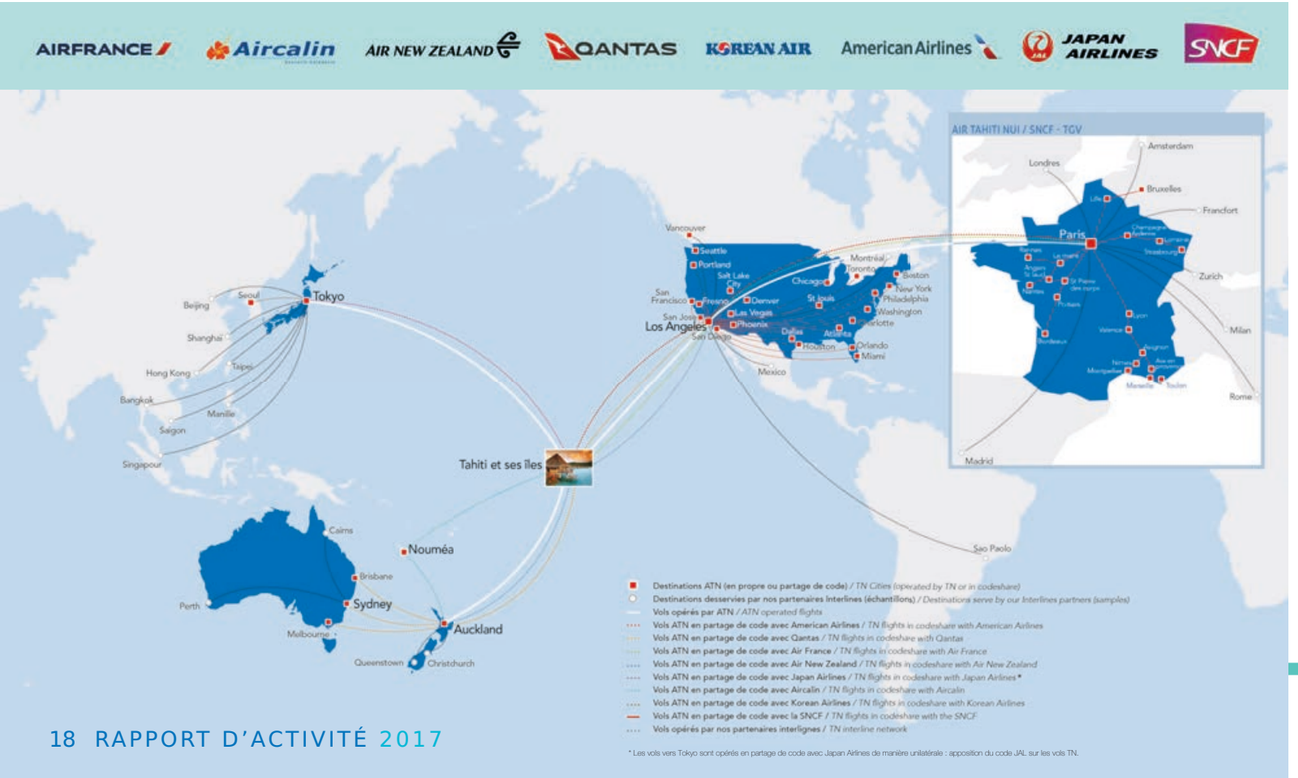
AIR TAHITI NUI DESSERT 50 VILLES GRÂCE À SES PARTENAIRES EN PARTAGE DE CODE

46 ACCORDS INTERLINE CONCLUS

En parallèle, Air Tahiti Nui appose son code sur les vols Air New Zealand afin d'augmenter les fréquences entre Tahiti et Auckland, portant à 5 fréquences par semaine les rotations sur ce tronçon, et sur les vols Air France entre Los Angeles et Paris afin de prolonger l'offre Paris-Tahiti à raison d'une à deux fréquences par semaine.

Les partenaires suivants apposent leur code sur les vols opérés par ATN :
- American Airlines : PPT-LAX/PPT-AKL et depuis début 2017 LAX-CDG ;
- Qantas : PPT-AKL/PPT-LAX ;
- Air New Zealand : PPT-AKL/PPT-LAX ;
- Air Calin : PPT-AKL/PPT-LAX ;
- Japan Airlines : PPT-NRT ;
- Korean Air : PPT-NRT ;
- Air France : PPT-LAX.

En outre, dans le cadre du développement de la Compagnie sur ses marchés, **46 accords *interline*** sont conclus à ce jour avec d'autres transporteurs afin d'offrir aux clients un plus large choix de destinations (nouveaux accords avec Scandinavian Airlines, Westjet et APG Airlines en 2017).



* Les vols vers Tokyo sont opérés en partage de code avec Japan Airlines de manière unilatérale : apposition du code JAL sur les vols TN.

4 PROGRAMME DE VOLS

Fréquence de dessertes par route

	2016		2017	
	Basse Saison	Haute Saison	Basse Saison	Haute Saison
Papeete - Paris via LAX	2/7 à 5/7	5 à 9 vols/sem.	2/7 à 5/7	4 à 8 vols/sem.
Papeete - Los Angeles	5/7	5 à 8 vols/sem.	4 à 7 vols/sem.	4 à 8 vols/sem.
Papeete - Japon	2/7	2/7	2 à 3 vols/sem.	2 vols/sem.
Papeete - Auckland	3/7	3/7	3 vols/sem.	3 vols/sem.

Nombre annuel de vols par route

	2015	2016	Variation 15/16	2017	Variation 16/17
Papeete - Paris via LAX	492	503	+2 %	500	-1 %
Papeete - Los Angeles	605	597	-1 %	585	-2 %
Papeete - Japon	207	210	+1 %	233	+11 %
Papeete - Auckland	312	313	+0,3 %	313	0 %
TOTAL	**1 616**	**1 623**	**+0,4 %**	**1 631**	**+0,49 %**

Fréquence de dessertes hebdomadaires par partenaire en *code-share**

Air New Zealand (NZ)	PPT-AKL-PPT	X2 par semaine
Air France (AF)	LAX-CDG-LAX	X1 par semaine X2 par semaine en Fév17
Qantas (QF)	AKL-SYD/MEL/BNE-AKL AKL-PER-AKL	En quotidien X2 par semaine en Déc17
Korean Air (KE)	NRT-ICN-NRT	X2 par semaine
Air Calin (SB)	AKL-NOU-AKL PPT-NOU-PPT	X2 par semaine X1 par semaine

* Hors American Airlines et SNCF qui opèrent des liaisons quotidiennes

1 631 VOLS EN 2017 POUR 17 912 HEURES DE VOL

POERAVA BUSINESS

5 LE RENOUVELLEMENT DE LA FLOTTE

La flotte d'Air Tahiti Nui se compose actuellement de cinq Airbus A340-300 équipés en bi-classe : 30 (1 avion) ou 32 sièges (4 appareils) en classe affaires Poerava business et 264 en classe économique Moana, avec vidéo individuelle.

Début 2015, le conseil d'administration de la Compagnie a pris la décision de **remplacer la flotte d'Airbus 340-300 par des Boeing 787-9** : en mars et avril, les contrats de location de deux B787-9 et d'achat de deux autres B787-9 ont été signés.
Les livraisons des quatre nouveaux appareils s'échelonneront sur une année entre octobre 2018 et septembre 2019, avant que les A340-300 ne quittent définitivement la Compagnie

Les bimoteurs Boeing de nouvelle génération vont notamment permettre une réduction de la consommation carburant (s'inscrivant de ce fait dans la lignée de la démarche RSE ATN et des préconisations issues de la réalisation du bilan GES de la Compagnie), une réduction des coûts de maintenance et une amélioration significative du confort passager.
Les nouveaux équipements cabine et les **technologies de pointe intégrées à ces gros porteurs** permettront également d'enrichir l'expérience client à bord.

L'année 2017 a été en grande partie consacrée à la configuration des futurs appareils.

Le 20 mars, le conseil d'administration de la Compagnie a validé le choix du **moteur GEnx de General Electric** qui équipe 60 % des B787-9 déjà livrés et représente 75 % des B787-9 commandés (les deux B787-9 loués à Air Lease Corp. seront également équipés de moteurs GEnx).
Ses principales caractéristiques sont une architecture double-corps avec une large utilisation de matériaux composites (aubes et carter de fan) et une consommation de carburant sur le réseau Air Tahiti Nui inférieure à celle de son compétiteur : le Trent 1000 de Rolls Royce.

Fin juillet, la phase de définition du type de cabines, des classes de voyage et de l'ensemble des systèmes des futurs B787-9 s'est également achevée.

Les études de marché et la consultation de nos clients et commerciaux menées depuis 2015 ont amené à proposer un choix de **produit tri-classe** comprenant :

- un produit de classe affaires, **Poerava Business**, offrant un siège-couchette horizontal, en configuration 6 de front (2-2-2) sur 5 rangées (pour un total de 30 sièges), permettant une offre 100 % couple adaptée à notre clientèle touristique ;
- un produit de classe premium économique, **Moana Premium**, présentant une offre intermédiaire entre la classe affaires et la classe économique avec un total de 32 sièges configurés en 7 de front (2-3-2) sur 5 rangées ;
- un produit de classe économique, **Moana Economy**, identique au standard installé sur les B787 par 95 % des compagnies et par nos principaux concurrents, offrant un total de 232 sièges sur deux cabines en 9 de front (3-3-3).

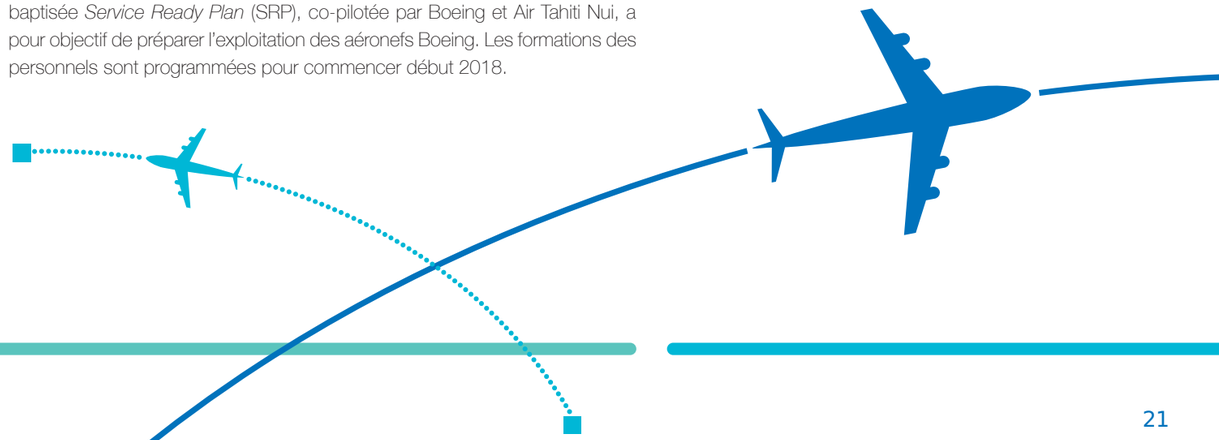
ZODIAC Aerospace est le fournisseur des modèles de sièges des deux classes Moana : le « Z535 » pour la Moana Premium et le « Z300 » pour la Moana Economy.
La classe Poerava Business intègrera quant à elle le siège « Parallel Diamond » convertible en lit à 180° (*full flat*) d'une longueur de 198 cm, produit par Rockwell Collins. Chaque siège sera équipé d'une télécommande à écran tactile permettant de contrôler le système de divertissement à bord.

Les solutions de **Panasonic Avionics Corporation** ont été choisies pour les systèmes de divertissement et de connectivité de la future flotte (communication Internet en Wi-Fi). La plateforme du premier fournisseur mondial d'IFEC (*InFlight Entertainment and Communication systems*) offrira aux voyageurs les dernières avancées technologiques sur un écran haute définition, leur assurant une expérience haut de gamme en vol.

Le premier B787-9 d'Air Tahiti Nui sera livré au mois d'octobre 2018 et opèrera ses premiers vols dès le mois de novembre. L'année 2018 sera consacrée à la préparation de l'entrée en service des nouveaux appareils. Cette phase, baptisée *Service Ready Plan* (SRP), co-pilotée par Boeing et Air Tahiti Nui, a pour objectif de préparer l'exploitation des aéronefs Boeing. Les formations des personnels sont programmées pour commencer début 2018.

MOANA PREMIUM

MOANA ECONOMY



TRAFICS ET RÉSULATS COMMERCIAUX

65,5 %
DU TRAFIC INTERNATIONAL TRANSPORTÉ PAR AIR TAHITI NUI (-1 PT PAR RAPPORT À 2016)

1 TRAFIC À DESTINATION DE TAHITI

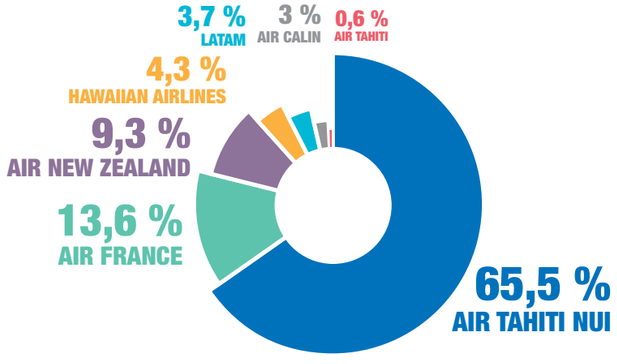
En 2017, le nombre total de passagers en partance et à destination de la Polynésie française est de **604 487**, soit une variation de **+1,5 % par rapport à 2016**.
Air Tahiti Nui a transporté **65,5 % du trafic international** en 2017, un résultat stable par rapport à 2016.
Air France est le deuxième plus gros transporteur, avec 13,6 % de parts du trafic, en baisse de -1,2 % par rapport à 2016.
Air New Zealand compte 9,3 % du trafic, en croissance de +14,5 % par rapport à 2016.

Total passagers toutes lignes

	Nombre de passagers		Variation	Parts de marché		Variation
	2016	2017	Nombre de passagers n/n-1	2016	2017	Parts de marché n/n-1
Air Tahiti Nui	395 682	396 178	+0,1 %	66,5 %	65,5 %	-1 pt
Air France	82 929	81 955	-1,2 %	13,9 %	13,6 %	-0,3 pt
Air New Zealand	48 852	55 921	+14,5 %	8,2 %	9,3 %	+1,1 pt
Hawaiian Airlines	24 328	26 208	+7,7 %	4,1 %	4,3 %	+0,2 pt
Latam	22 856	22 185	-2,9 %	3,8 %	3,7 %	-0,1 pt
Air Calin	17 606	18 468	+4,9 %	3,0 %	3,0 %	0 pt
Air Tahiti	3 103	3 572	+15,1 %	0,5 %	0,6 %	+0,1 pt
TOTAL RÉGULIER	**595 356**	**604 487**	**+1,5 %**	**100 %**	**100 %**	**-**

Source : ADT

PARTS DE MARCHÉ PAR COMPAGNIES AÉRIENNES FLUX ARRIVÉES ET DÉPARTS



Source : ADT

2 RÉSULTATS ET ÉVOLUTION DU TRAFIC PASSAGERS PAYANTS ATN PAR ROUTE

Évolution du nombre de passagers transportés par route

	Passagers			Variation
	2015	2016	2017	2017/2016
PAR VIA LAX	227 439	230 436	235 504	+2,2 %
LAX	140 182	138 936	136 663	-1,7 %
AKL	63 074	65 599	67 243	+2,5 %
TYO	42 491	45 114	45 312	+0,5 %
TOTAL	**473 186**	**480 085**	**484 722**	**+1 %**

Source : Trafic – Mercator

Activité passagers payants par route

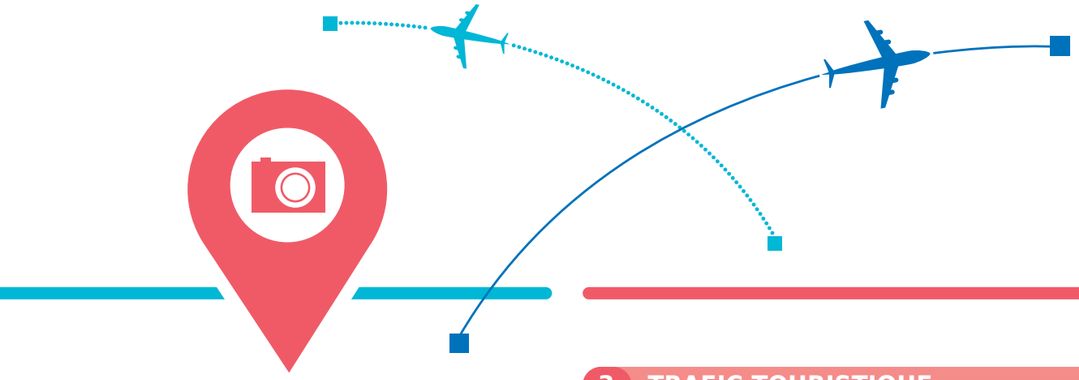
Coefficient moyen de remplissage			Recette (en millions de Fcfp)			Recette passagers par kilomètre transporté		
2016	2017	VAR n/n-1	2016	2017	VAR n/n-1	2016	2017	VAR n/n-1
76 %	77 %	+0,7 %	31 950	31 638	-1 %	9,4	9,2	-2 %

Source : Trafic – Mercator – Revenue Management

En 2017, **Air Tahiti Nui a transporté 484 722 passagers**, un chiffre en légère progression (+1 %) par rapport à 2016. Une bonne performance commerciale en sachant qu'Air Tahiti Nui a transporté moins de croisiéristes en début d'année du fait de la mise sur cale des deux bateaux Paul Gauguin et Windstar.
L'offre de sièges sur l'ensemble du réseau est stable par rapport à 2016 pour un nombre de passagers par kilomètre transporté (PKT) en croissance de +1 % par rapport à l'année dernière.

La Compagnie a généré en 2017 un **chiffre d'affaires de 31,6 milliards de Fcfp** pour son trafic passagers. La recette unitaire (recette passagers par kilomètre transporté — R/PKT) subit un léger recul de -2 % suite à un renforcement de la concurrence sur certaines routes qui ont vu une accentuation des actions promotionnelles.

484 722 PASSAGERS TRANSPORTÉS SUR L'ANNÉE 2017



137 772
TOURISTES TRANSPORTÉS PAR AIR TAHITI NUI EN 2017
(PRÈS DE 70 % DE PARTS DE MARCHÉ)

3 TRAFIC TOURISTIQUE

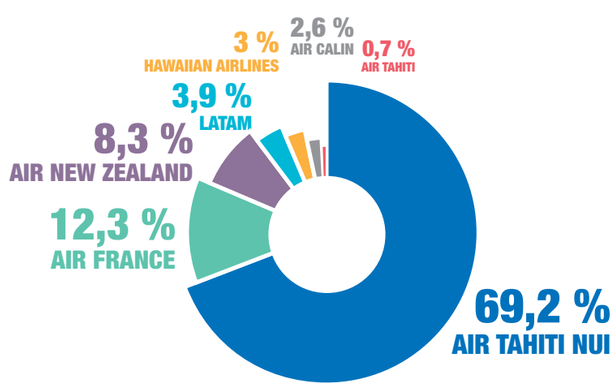
En 2017, 198 959 touristes ont visité la destination de Tahiti et ses îles, dont plus des deux tiers ont été acheminés par Air Tahiti Nui (69 %), suivie par Air France (12 %) et les autres compagnies (Air New Zealand, Latam, Hawaiian Airlines, Air Calin et Air Tahiti, pour 19 %).

Trafic touristique à destination de Tahiti et ses îles

	Touristes		Variation	Parts de marché		Variation
	2016	2017	Nombre de touristes n/n-1	2016	2017	Parts de marché
Air Tahiti Nui	136 270	137 772	+1,1 %	70,8 %	69,2 %	-1,6 pt
Air France	24 188	24 446	+1,1 %	12,6 %	12,3 %	-0,3 pt
Air New Zealand	13 403	16 595	+23,8 %	7 %	8,3 %	+1,3 pt
Latam	7 448	7 684	+3,2 %	3,9 %	3,9 %	0 pt
Hawaiian Airlines	5 285	5 860	+10,9 %	2,7 %	3 %	+0,3 pt
Air Calin	4 681	5 278	+12,8 %	2,4 %	2,6 %	+0,2 pt
Air Tahiti	1 125	1 282	+14 %	0,6 %	0,7 %	+0,1 pt
Autres compagnies	95	42	-	-	-	-
TOTAL	**192 495**	**198 959**	**+3,4 %**	**100 %**	**100 %**	

Source : ISPF

PARTS DE MARCHÉ PAR COMPAGNIES AÉRIENNES
TRAFIC TOURISTIQUE



Source : ISPF

Évolution des touristes par origine

	2016		2017		Variation 2016-2017	
	Air Tahiti Nui	Total toutes Cies	Air Tahiti Nui	Total toutes Cies	Air Tahiti Nui	Total toutes Cies
Amérique du Nord	58 293	74 234	57 484	74 582	-1,4 %	+0,5 %
France	25 903	39 086	27 722	41 685	+7 %	+6,6 %
Italie	6 946	7 887	6 759	7 720	-2,7 %	-2,1 %
Royaume-Uni	2 970	3 980	2 727	3 768	-8,2 %	-5,3 %
Espagne	1 680	2 414	1 732	2 459	+3,1 %	+1,9 %
Allemagne	2 389	3 951	2 240	3 881	-6,2 %	-1,8 %
Suisse	1 546	2 831	1 741	3 054	+12,6 %	+7,9 %
Europe (autres)	3 500	5 455	3 821	6 164	+9,2 %	+13 %
Japon	11 884	12 174	12 457	12 808	+4,8 %	+5,2 %
Asie (autres)	8 081	9 775	7 395	9 083	-8,5 %	-7,1 %
Australie	7 000	9 757	7 405	10 015	+5,8 %	+2,6 %
Nouvelle-Zélande	3 055	7 221	3 168	9 392	+3,7 %	+30,1 %
Pacifique	603	4 941	707	5 821	+17,2 %	+17,8 %
Amérique du Sud	1 053	6 832	1 073	6 663	+1,9 %	-2,5 %
Amérique centrale	743	1 052	737	971	-0,8 %	-7,7 %
Autres pays	624	905	604	893	-3,2 %	-1,3 %
TOTAL	**136 270**	**192 495**	**137 772**	**198 959**	**+1,1 %**	**+3,4 %**

Source : ISPF

En 2017, la fréquentation touristique de Tahiti et ses îles est en **augmentation de +3,4 %** par rapport à l'année dernière, avec une **forte progression au départ de la Nouvelle-Zélande** (+30,1 %) et une évolution stable au départ de l'**Amérique du Nord qui reste le premier marché source** de la Polynésie française.
La **performance du marché Europe est plus contrastée** avec des reculs au départ de l'Italie et de l'Angleterre, partiellement compensés par des marchés tels que la Suisse (+7,9 %) et d'autres pays en Europe.
Le **nombre de croisiéristes est en baisse de -6 %** par rapport à 2016 tandis que le nombre de touristes en hébergement terrestre affiche une croissance de +5,6 %.
On peut noter une **croissance de +3,3 % du trafic de destination et de +3,7 % du trafic de circuit** par rapport à 2016.

L'AMÉRIQUE DU NORD
PREMIER MARCHÉ SOURCE
DE LA POLYNÉSIE FRANÇAISE

9 512 TONNES
DE FRET TRANSPORTÉ
POUR 2,9 MILLIARDS DE FCFP DE RECETTES

4 RÉSULTATS FRET

Les recettes fret sur l'ensemble du réseau Air Tahiti Nui en 2017 s'élèvent à **2 891 millions de Fcfp**, pour un **tonnage global de 9 512 tonnes**.

Tableau comparatif de la recette et du tonnage fret sur 2016 et 2017

	2016	2017	Variation n/n-1	Variation %
Recette (en millions Fcfp)	2 792	2 891	+99	+3,5 %
Poids en tonnes	9 005	9 512	+507	+5,6 %

Source : fret et service du contrôle de gestion ATN

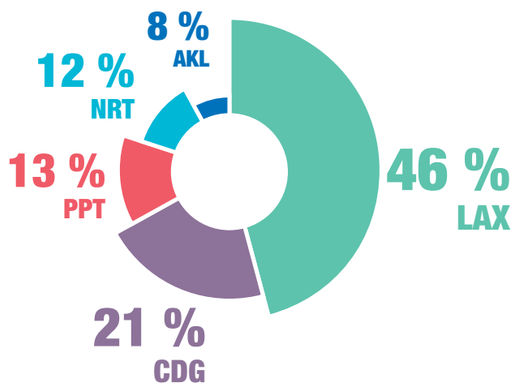
2017 a été marquée par une **hausse des résultats de +3,5 %** par rapport à 2016, portée par les très bon résultats au départ des marchés français et japonais.

Les volumes constants, notamment au départ de la France, ont créé un environnement favorable. Au Japon, un mélange de **surplus des volumes fret de Chine et de croissance de l'export japonais** a permis une belle progression de +30 %.

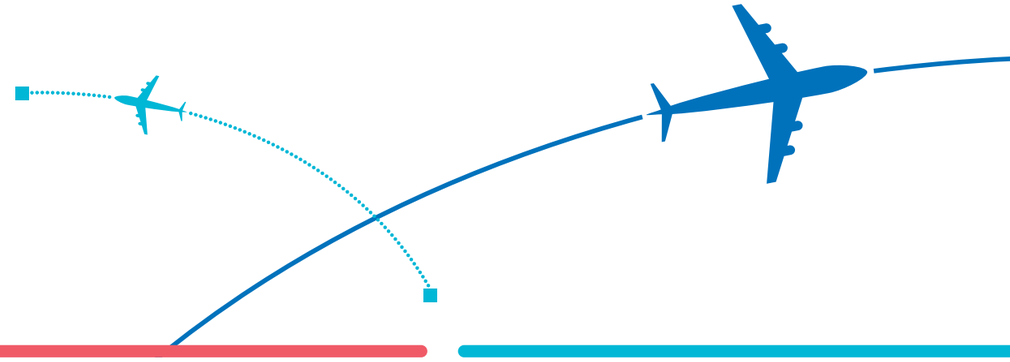
Sur le marché polynésien, 2017 n'a encore pas été une année favorable pour la pêche, impliquant que les exports de thon frais n'ont pas atteint les prévisions.

La Compagnie s'est cependant montrée très active dans la **promotion de l'export polynésien** en participant à de nombreux évènements locaux et en initiant, en partenariat avec la CCISM de Tahiti, le « Concours de l'exportateur » afin de valoriser de nouveaux viviers d'export. Des exportateurs de produits énergétiques à base de noni, de fruits séchés des Marquises ou de rhum et autres spiritueux ont ainsi été récompensés et encouragés.

RÉPARTITION DU TONNAGE TRANSPORTÉ PAR ORIGINE[1]



Source : fret et service du contrôle de gestion ATN
(1) Origine de départ du fret



5 ACTIVITÉ CHARTER

Du fait de la mobilisation des équipes sur la préparation de l'entrée en service de la future flotte Boeing, Air Tahiti Nui est dans une phase de transition de son activité charter.

265 heures de vol ont été réalisées sur l'année pour le compte d'affréteurs divers (soit un recul de -34 % comparé à 2016).

Cette activité a généré 414 millions de Fcfp de recettes sur l'année (contre 493 millions de Fcfp en 2016, soit une diminution de -16 %).

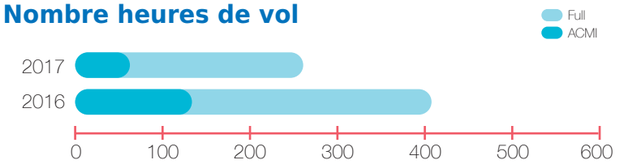
414
MILLIONS
DE FCFP DE RECETTES GÉNÉRÉES EN VOLS CHARTER
(-16 % PAR RAPPORT À 2016)

Tableau comparatif de l'activité charter sur 2016 et 2017

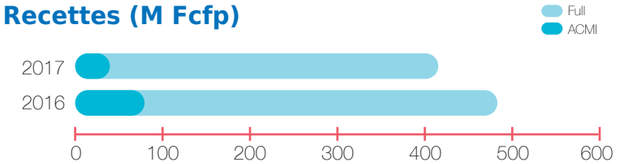
	2016	2017	Variation n/n-1
ACMI[2]	133	65	-51 %
Full charter	270	200	-26 %
TOTAL NOMBRE HEURES DE VOL	**403**	**265**	**-34 %**
ACMI	75	46	-39 %
Full charter	418	368	-12 %
TOTAL RECETTES (EN MILLIONS DE FCFP)	**493**	**414**	**-16 %**

(2) ACMI (*Aircraft Crew Maintenance and Insurance*) : vols charter affrétés pour le compte d'autres compagnies aériennes pour lequels l'avion, les équipages, la maintenance et les frais d'assurance sont compris dans le tarif du charter; à la différence du *full charter* qui intègre également les frais relatifs au *handling*, au *catering*, au fuel…

Nombre heures de vol



Recettes (M Fcfp)



ATN, ACTEUR DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DE LA POLYNÉSIE FRANÇAISE

1 LE NOUVEL UNIVERS DE MARQUE AIR TAHITI NUI

En ayant fait le choix de renouveler sa flotte d'Airbus A340-300 par les Dreamliner 787-9 de Boeing, Air Tahiti Nui a opéré un tournant dans le *standing* du produit qu'elle offrira à sa clientèle dès 2018. Pour accompagner cette montée en gamme et comme gage de maturité à l'horizon de ses 20 ans, la Compagnie a pris le parti de rénover son image de marque. Certainement le challenge de communication le plus important dans la vie d'une entreprise, ce projet de *rebranding* a débuté fin 2015.

Forte de sa connaissance de la Polynésie, c'est l'agence australienne Future Brand qui a été choisie pour travailler sur le projet. Pour répondre au mieux aux exigences de la Compagnie et du marché international, ses spécialistes ont organisé la nouvelle architecture de la marque autour du concept «Nui».

Sur la base de cette idée et de la formalisation des grandes valeurs de la marque Air Tahiti Nui telles que « Générer la sérénité », « Mettre le client au cœur de nos préoccupations », « Partager notre générosité », « Perpétuer notre esprit d'aventure », avec le sourire, l'hospitalité et l'engagement qui font la signature de la Compagnie, l'identité visuelle de la marque a pu voir le jour autour d'une promesse forte :

« The world's most immersive travel experience[1] ».

La seconde partie du travail de *rebranding* a consisté à progresser sur une représentation plus symbolique de l'icône de la Compagnie, la fleur de Tiare, pouvant lui apporter authenticité et singularité, chaleur et familiarité, sans révolutionner le précédent logo.

Avec sa silhouette fine et fière tournée vers l'avant, le nouveau logo Air Tahiti Nui est porteur d'un message subtil mais fort sur l'engagement vers l'avenir. Il capture l'essence même de l'essor et du progrès dans lesquels s'inscrit la Compagnie.

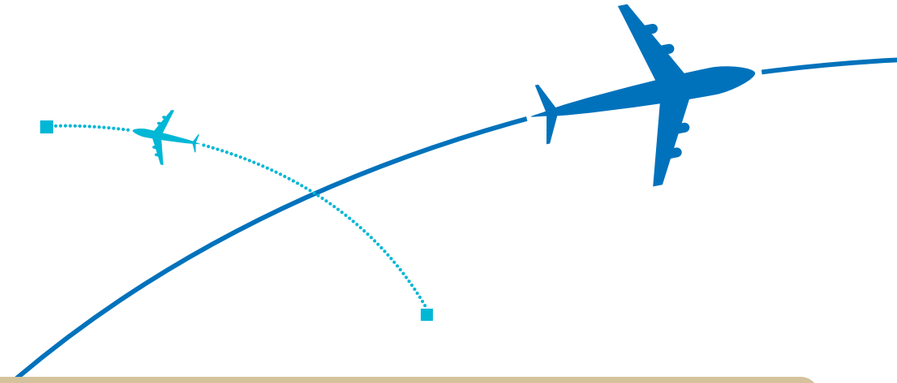
Les deux éléments qui le composent, le symbole et le nom de marque, ont été soigneusement conçus pour se compléter et en même temps se contraster l'un l'autre : la force rencontrant la sophistication.

La fleur de Tiare est et restera pour toujours le symbole de *To Tatou Manureva*. Ce nouveau logo amplifie cette Tiare comme l'incarnation de « Nui » et de tout ce qui rend Air Tahiti Nui authentique, puissante et unique.

Élaborée avec soin par Alexander Lee, cette fleur de Tiare incarne la beauté et l'esprit des îles de Polynésie. L'artiste polynésien a opté pour un travail à main levée afin de parvenir à dessiner une fleur inimitable, dans le but de garantir à la nouvelle identité de la Compagnie son unicité au travers d'un **résultat final unique, original et fidèle à l'esprit polynésien**.

Les lettres de la nouvelle police de caractère du nom de marque Air Tahiti Nui sont incurvées et arrondies à dessein pour imiter les formes et les jointures des pétales de Tiare, attachant tous les éléments ensemble en harmonie.

(1) « L'expérience de voyage la plus immersive au monde »



2 POLITIQUE PROMOTIONNELLE ET PUBLICITAIRE

À l'instar des années précédentes, 2017 a été rythmée au niveau publicitaire par les campagnes tactiques stimulant la basse saison touristique et mettant en avant les offres spéciales habituelles « Early Bird[2] », familles, lune de miel courts séjours et petite hôtellerie familiale.

Sur le marché polynésien, plusieurs actions promotionnelles ont été lancées, notamment en janvier et février 2017 (promotions Papeete-Los Angeles, Papeete-Auckland, package « Sakura » pour découvrir la floraison des cerisiers et offre salon Études et Découvertes). La fin d'année a surtout été marquée localement par le lancement d'offres promotionnelles ciblées sur les marchés Polynésie française et France, en réponse à l'arrivée d'une nouvelle concurrence dans le ciel polynésien à compter du mois de mai 2018. On notera particulièrement une nouvelle gamme tarifaire « Éco-Light » sur la ligne Papeete-Paris et, grande nouveauté, un tarif sans bagage.

Conjointement à cette réponse tarifaire, la stratégie produit qui découle de la nouvelle marque et de tout l'univers créé et formalisé autour des *Future Fundamentals*[3] vise à renforcer les acquis de la Compagnie tout en développant ses nouveaux atouts à court, moyen et long terme, pour permettre à Air Tahiti Nui de se distinguer de ses concurrents et d'être le choix premier des visiteurs de la destination. L'expérience globale de voyage avec Air Tahiti Nui est la valeur ajoutée de la Compagnie : elle est unique, incomparable, extraordinaire… En un mot comme en cent, « Nui ».

(2) L'offre *Early Bird* est un tarif préférentiel pour les voyageurs qui anticipent leur voyage et réservent très en amont.
(3) Les *Future Fundamentals* sont les valeurs qui font le socle et l'essence même de l'esprit de la marque Air Tahiti Nui.

Nos directions régionales, fers de lance des actions promotionnelles

Le marché français est particulièrement impliqué dans des actions de partenariat et de promotion de la destination en étant notamment partenaire officiel depuis plusieurs années de trois rendez-vous annuels mettant à l'honneur la Polynésie : la « Vendée Va'a » qui promeut le va'a, sport emblématique polynésien, le « Heiva I Paris », qui fait la part belle à la danse et aux troupes de *Ori Tahiti*, et la « Nuit de la Glisse » qui met en avant les sports de glisse aussi bien aquatiques (kite, foil, surf…) que terrestres (VTT).

En complément de ces partenariats pérennes, quelques actions marquantes ont ponctué l'année 2017 :

- l'opération #PartezATahiti avec le média « L'Équipe » – leader sur l'information sportive en France, en coopération avec Tahiti Tourisme, a mis en lumière quatre évènements sportifs majeurs à Tahiti que sont le trail *XTerra*, la cyclosportive *La Ronde Tahitienne*, la compétition de surf *Billabong Pro* et l'épreuve *Ironmana* du Waterman World Tour ;
- le partenariat Disney et Vinci pour la promotion de la sortie du dessin animé *Cars 3* des studios américains au mois d'août ;
- un jeu, à l'occasion de la sortie du film *Gauguin* en septembre 2017, a fait gagner deux billets pour Tahiti sur les réseaux sociaux de la Compagnie et généré un important *buzz* (244K personnes atteintes, 10K réactions, commentaires et partages) ;
- ATN a été pour la seconde année consécutive transporteur officiel de Miss France, lors du voyage de préparation des prétendantes au titre à Los Angeles, en novembre 2017.

Le challenge de ventes ATN a également remporté un franc succès auprès de tous les agents de voyage, de février à novembre : 909 dossiers déclarés et validés, soit 1 903 passagers – le double des ventes déclarées en 2016.
On peut également noter le formidable succès du film *Vaiana* en France et en Polynésie, dont Air Tahiti Nui était partenaire et a soutenu la promotion médiatique (plus de 5 millions d'entrées en France uniquement, contre 4,8 millions pour *La Reine des neiges*), qui a contribué à la promotion de la Polynésie au niveau national et international, avec notamment toutes les déclinaisons *merchandising* de l'héroïne du bout du monde…

En tant que partenaire de l'office du tourisme dans le cadre de la promotion de la destination, Air Tahiti Nui sortait au mois de février sur le marché américain le dernier volet des offres promotionnelles « Only in Tahiti » rattachées à la campagne globale destination du GIE Tahiti Tourisme « Embraced by Mana ». Deux autres campagnes américaines d'envergure « Auckland Flash Sale » (au mois de janvier) et une campagne *stop-over* sur Auckland « New Zealand & Tahiti » (en mai 2017) ont permis de stimuler les ventes en générant réservations et prospects via les formulaires de devis envoyés aux tour-opérateurs en ligne.

Sur le marché japonais, quatre campagnes entre juillet et décembre ont permis de faire la promotion de notre destination en Asie (trois campagnes promotionnelles lancées en ligne et une campagne de promotion de la destination via trois articles publiés sur « Retrip », un site de voyage très populaire en Asie).

Le marché néo-zélandais a également pu stimuler ses ventes grâce à des campagnes promotionnelles lancées en janvier, février et septembre 2017. La campagne « Tahitian B&B Experience », menée courant juin, a eu particulièrement pour objectif de promouvoir la destination en mettant en valeur les pensions de famille.

Le marché australien a lancé des campagnes similaires sur les périodes de janvier, avril et septembre.

Enfin, en Europe, les marchés italiens et espagnols ont également lancé des campagnes de promotion de la destination durant le printemps 2017 (courant mai).

Le développement du marché sud-américain

Après une année 2016 difficile, les résultats de 2017 ont été très encourageants sur l'ensemble du marché sud-américain avec une croissance de +66 % en passagers par rapport à l'année précédente. Le Brésil et l'Argentine ont été les moteurs de cette croissance avec respectivement +65 % en passagers pour le Brésil (l'essentiel des ventes se concentrant sur la route Los Angeles-Papeete) et +82 % en passagers pour l'Argentine (essentiellement sur la route Auckland-Papeete).

Pour dynamiser le marché Brésilien, la première campagne publicitaire de l'histoire sur le marché sud-américain, 100 % *online*, a été lancée dans le courant du second semestre. « Voe Tahiti via Los Angeles » (« Volez à Tahiti via Los Angeles ») a mis en avant le partenariat avec American Airlines (route São Paulo-Papeete via Los Angeles) et les bénéfices du *stop-over* à Los Angeles avec pour slogan « Deux destinations, une expérience unique », jouant sur la complémentarité des deux (plus d'informations en ligne sur https://voetahiti.com.br).

Optimisation de la présence Web

Côté Web, 2017 aura vu se lancer la V2 du site Internet de la Compagnie et son rafraîchissement graphique. Le site couvre quatre zones (Europe, Amérique, Pacifique, Asie), 13 pays (France, Allemagne – nouvelle déclinaison de l'année, Italie, Espagne, Royaume-Uni, Australie, Polynésie française, Nouvelle-Zélande, USA, Japon, Chine, Taïwan, Corée du Sud) et est disponible en neuf langues (français, anglais, italien, espagnol, allemand, japonais, chinois, taiwanais, coréen).

Les notions de *marketing automation*, qui permettent de mieux interagir avec la clientèle Web, ont aussi été particulièrement éprouvées, en étroite corrélation avec le projet de CRM[4] dont le cahier des charges a été finalisé dans le courant de l'année pour un choix de solution et un déploiement en 2018.
Le concept digital *always-on marketing* qui permet d'optimiser la prise de parole de la Compagnie entre chaque campagne publicitaire sur chacun de ses marchés, a également été travaillé. Cette stratégie permet de rester au contact du client potentiel de manière très ciblée. Plus globalement, la politique Web s'est renforcée autour de ce type d'éléments tactiques qui permettent d'améliorer les ventes directes via le site Internet www.airtahitinui.com.

Le chiffre d'affaires généré au global sur l'année via tous les sites Web est en constante augmentation, à la fois en volume absolu et en parts. 87% des ventes sur les sites www.airtahitinui.com sont générés sur les marchés France, États-Unis et Polynésie française.

Les visiteurs proviennent de 230 pays différents. 47 % d'entre eux utilisent un mobile.

(4) Le *Customer Relationship Management*, ou gestion de la relation client, est un outil stratégique consistant à gérer les relations et les interactions d'une organisation avec ses clients et prospects.

3 PROGRAMME DE FIDÉLITÉ

Depuis trois ans, le Club Tiare développe de nouveaux partenariats pour offrir à ses membres des opportunités supplémentaires de gain et d'utilisation de miles.

Au total, **245 millions de miles ont été échangés en services proposés par la Compagnie** (billets, surclassements, excédents de bagage, etc.), **en billets d'entrée à des événements** (soirée d'élection Miss Tahiti, spectacles Messmer, Smain, pièces de théâtre et festivals), **et en bons d'achats** auprès de nos partenaires (Millésime, Le Coco's, Beauty Success, Jeff de Bruges, Vahinerii Tea House, L'Occitane).

Le Club Tiare dénombre **129 786 membres** au 31 décembre 2017, soit une augmentation de +8,2 % par rapport à 2016.

4 POLITIQUE DE SATISFACTION CLIENTÈLE

Les points forts relevés par nos clients

SCORE (MOYENNE ANNUELLE) 2017	APPRÉCIATION DE L'ÉQUIPAGE	APPRÉCIATION GLOBALE DE LA CABINE	APPRÉCIATION GLOBALE DE L'ENREGISTREMENT	APPRÉCIATION GLOBALE DES REPAS ET BOISSONS	APPRÉCIATION GLOBALE DU SYSTÈME DE DIVERTISSEMENT
	98 %	93 %	91 %	88 %	79 %

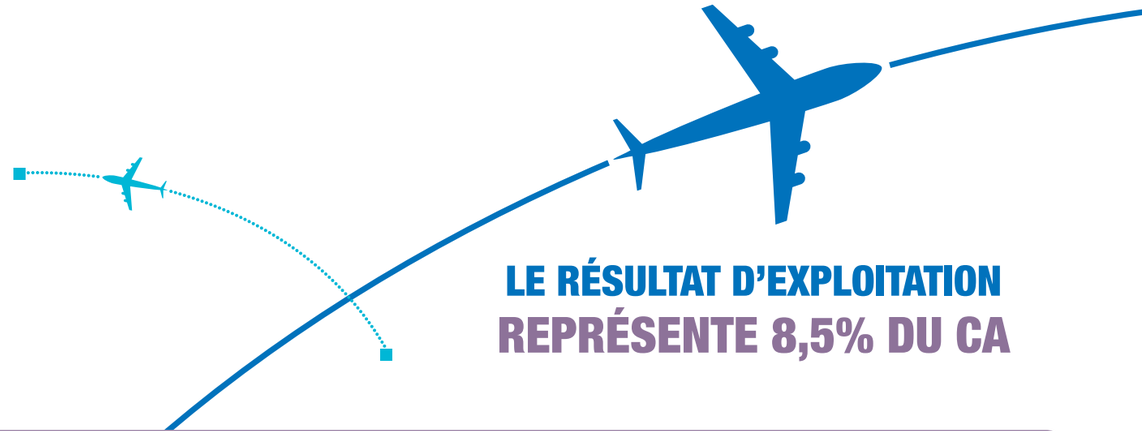
Dans le cadre de son plan d'amélioration continue, Air Tahiti Nui conduit depuis 2012 un **programme permanent d'enquêtes à bord** de tous ses vols afin de mesurer la satisfaction de ses clients pour mieux répondre à leurs attentes.

Pour **96 % de satisfaction globale (score inchangé depuis 2016)**, 92 % de notre clientèle se déclare prête à recommander notre Compagnie.

En octobre 2017, Air Tahiti Nui a inauguré son nouveau salon à l'aéroport international de Tahiti Faa'a pour mieux accueillir ses passagers haute contribution dans un environnement rénové et de meilleure qualité, aux couleurs de la Compagnie.

Tout au long de l'année, la Compagnie s'est surtout consacrée à la définition de sa nouvelle flotte de Dreamliner, intégrant de nouveaux produits et méthodes de service à bord, que sa clientèle pourra découvrir dès novembre 2018 avec la livraison du premier appareil Boeing 787-9.

RÉSULTATS FINANCIERS



LE RÉSULTAT D'EXPLOITATION REPRÉSENTE 8,5% DU CA

1 BILAN ACTIF

Actif immobilisé

Les principaux mouvements de l'exercice 2017 sont :

- pour les immobilisations corporelles et incorporelles :
  - le paiement d'avances et acomptes pour l'acquisition des futurs aéronefs Boeing type 787-9 pour un montant de 1,6 milliard de Fcfp ;
  - de nombreux évènements de maintenance immobilisés (révisions moteur, visite C) pour un montant de 0,8 milliard de Fcfp ;
  - des amortissements à hauteur de 4,2 milliards de Fcfp (contre 3,5 milliards de Fcfp en 2016) ;
  - une reprise nette de provisions pour dépréciation des avions à hauteur de 0,8 milliard de Fcfp.
- pour les immobilisations financières :
  - la fin de défiscalisation du F-OLOV qui s'est traduite par la levée de l'option d'achat à hauteur de 1,58 milliard de Fcfp, l'aéronef étant entré en immobilisations corporelles ;
  - une reprise de provision pour dépréciation des avions suite à l'exercice de l'option d'achat pour 0,8 milliard de Fcfp ;
  - un apport en défiscalisation à hauteur de 0,3 milliard de Fcfp, provisionné à 100 %.

Actif circulant

Les principaux mouvements de l'exercice 2017 sont :

- l'augmentation des créances clients à hauteur de 398 M Fcfp (soit +22 %) liée notamment à une créance International Lease Finance Corporation (ILFC) de 210 M Fcfp et à une hausse de l'activité sur la fin d'année ;
- la trésorerie à la clôture de l'exercice s'élève à 14,9 milliards de Fcfp (contre 14,3 milliards de Fcfp au 31/12/2016, soit une augmentation de 631 M Fcfp, +4 %).

Bilan actif en millions de Fcfp et millions d'euros

ACTIF	BRUT	PROV ET AMORT	NET	NET N-1	VAR°	VAR° %
Immobilisations incorporelles	433	213	219	197	22	11 %
Immobilisations corporelles	35 032	23 843	11 189	10 343	846	8 %
Immobilisations financières	1 521	300	1 221	1 983	-762	-38 %
TOTAL ACTIF IMMOBILISÉ	**36 986**	**24 356**	**12 630**	**12 524**	**106**	**1 %**
EN MILLIONS €	**310**	**204**	**106**	**105**	**1**	
Stocks	709		709	618	91	15 %
Créances clients	2 330	142	2 187	1 789	398	22 %
Autres créances	292		292	486	-195	-40 %
Disponibilités	14 955	4	14 950	14 320	631	4 %
Charges constatées d'avance	864		864	942	-78	-8 %
TOTAL ACTIF CIRCULANT	**19 149**	**147**	**19 002**	**18 154**	**848**	**5 %**
EN MILLIONS €	**160**	**1**	**159**	**152**	**7**	
Écart de conversion actif	75	0	75	27	48	175 %
TOTAL GÉNÉRAL	**56 211**	**24 503**	**31 707**	**30 706**	**1 002**	**3 %**
EN MILLIONS €	**471**	**205**	**266**	**257**	**8**	

2 BILAN PASSIF

Capitaux propres et provisions

Les principaux mouvements de l'exercice 2017 sont :

- l'affectation du résultat 2016 en report à nouveau à hauteur de 852 M Fcfp, le solde ayant été versé en dividendes soit 1 390 M Fcfp ;
- le résultat net de l'exercice 2017 à hauteur de 2 013 M Fcfp ;
- la variation de la provision relative à la fiscalisation des perdiems à hauteur de 77 M Fcfp.

Dettes

Les principaux mouvements de l'exercice 2017 sont :

- le remboursement des emprunts relatifs aux rénovations cabine à hauteur de 138 M Fcfp ;
- les autres dettes varient de 109 M Fcfp. Cette évolution s'explique notamment par une augmentation des avances et acomptes pour un montant de 243 M Fcfp correspondant aux augmentations des acomptes — pour les croisiéristes notamment, à hauteur de 173 M Fcfp, et par une diminution des dettes sociales et fiscales due au paiement de la prime exceptionnelle de 2012 des salariés qui avaient renoncé à leur 13e mois, à hauteur de 82 M Fcfp.

Bilan passif en millions de Fcfp et millions d'euros

PASSIF	2017	2016	VAR°	VAR° %
Capital	1 623	1 623	0	0 %
Prime d'émission	1 701	1 701	0	0 %
Réserve légale	162	162	0	0 %
Report à nouveau	6 908	6 056	852	14 %
Résultat	2 013	2 242	-229	-10 %
Subvention d'investissement	361	558	-197	-35 %
Provisions réglementées	1 020	631	390	62 %
CAPITAUX PROPRES	**13 788**	**12 972**	**816**	**6 %**
EN MILLIONS €	**116**	**109**	**7**	
PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES	**1 151**	**978**	**173**	**18 %**
EN MILLIONS €	**10**	**8**	**1**	
Dettes financières	583	713	-131	-18 %
Autres dettes	7 327	7 218	109	2 %
Produits constatés d'avance	8 825	8 706	119	1 %
TOTAL DETTES	**16 734**	**16 637**	**97**	**1 %**
EN MILLIONS €	**140**	**139**	**1**	
Écart de conversion passif	34	118	-84	-71 %
TOTAL GÉNÉRAL	**31 707**	**30 706**	**1 002**	**3 %**
EN MILLIONS €	**266**	**257**	**8**	

3 COMPTE DE RÉSULTAT

Compte de résultat en millions de Fcfp et millions d'euros

COMPTE DE RÉSULTAT	2017	2016	VAR°	VAR° %
Chiffre d'affaires	35 388	35 533	-145	0%
Reprises sur amortissements et provisions	399	911	-512	-56 %
Autres produits	159	87	72	84 %
TOTAL DES PRODUITS D'EXPLOITATION	**35 946**	**36 530**	**-584**	**-2 %**
EN MILLIONS €	**301**	**306**	**-5**	
Achats de marchandises et autres approvisionnements	8 579	7 527	1 052	14 %
Prestations et sous-traitances externes	11 189	11 783	-594	-5 %
Impôts et taxes	131	114	17	15 %
Frais de personnel	7 449	7 630	-181	-2 %
Dotations aux amortissements et provisions	4 217	3 458	759	22 %
Dotations aux provisions sur actif circulant	12	1	11	1 005 %
Dotations aux provisions pour risques et charges	271	314	-43	-14 %
Autres charges	1 079	1 105	-26	-2 %
TOTAL DES CHARGES D'EXPLOITATION	**32 927**	**31 932**	**995**	**3 %**
EN MILLIONS €	**276**	**268**	**8**	
Résultat d'exploitation	3 019	4 598	-1 579	-34 %
Résultat financier	-7	-299	292	-98 %
Résultat exceptionnel	966	-716	1 682	-235 %
Intéressement	-141	-135	-6	-5 %
Impôt	-1 825	-1 207	-617	-51 %
RÉSULTAT NET	**2 013**	**2 242**	**-228**	**-10 %**
EN MILLIONS €	**17**	**19**	**-2**	

Les produits d'exploitation s'élèvent à 35,9 milliards de Fcfp contre 36,5 milliards de Fcfp en 2016, soit une baisse de -2 %. La baisse s'explique principalement par la reprise de la provision CPS qui avait été comptabilisée en 2016, à hauteur de 392 M Fcfp, correspondant à l'annulation des redressements relatifs aux exercices 2015 et 2016.

Les charges d'exploitation augmentent, ceci étant dû en partie aux effets cumulés suivants :
- une hausse de 1,2 milliard de Fcfp de la facture carburant ;
- une baisse des frais de personnel de 181 M Fcfp, soit -2 % ;
- une hausse de la dotation aux amortissements de 759 M Fcfp du fait de la réduction des durées d'amortissements compte tenu d'une meilleure appréhension des dates de sortie des avions A340 ;
- une baisse des charges externes avec pour principales variations : la diminution du crédit-bail avion due à son entrée en immobilisations en juin 2017 (-344 M Fcfp), la baisse du loyer du Bora Bora (-192 M Fcfp), la baisse des charges couverture carburant pour -337 M Fcfp, la hausse des charges de location moteur de 126 M Fcfp.

Le résultat financier négatif à hauteur de 7 M Fcfp est composé principalement de résultats de change et de la reprise de provision pour dépréciation du gage espèces à hauteur de 822 M Fcfp.

Le résultat exceptionnel de 966 M Fcfp est dû principalement à :
- un gain de 341 M Fcfp lié aux billets non utilisés depuis plus d'un an ;
- une reprise nette de provision pour dépréciation des avions, à hauteur de 790 M Fcfp ;
- une dotation relative à un abandon de créance pour la défiscalisation, à hauteur de 300 M Fcfp.

Constatation de l'intéressement à hauteur de 141 M Fcfp (7 % du résultat net). La société doit s'acquitter au titre de l'exercice 2017 d'un impôt sur les sociétés et d'une contribution supplémentaire pour les montants respectifs de 1 027 M Fcfp et 798 M Fcfp.

PERSPECTIVES 2018

2018 sera une année symbolique dans l'histoire d'Air Tahiti Nui. En fin d'année, la Compagnie célèbrera ses 20 ans d'existence et accueillera à cette occasion le premier Boeing 787-9 de sa nouvelle flotte. Le *Tahitian Dreamliner* opérera ses premiers vols vers Auckland dès le mois de novembre, avec l'ambition de transporter ses clients dans un confort inégalé, leur offrant surtout l'expérience de voyage la plus immersive au monde.

Pour ce faire, la Compagnie poursuivra sa transformation digitale avec le double objectif d'améliorer l'expérience de ses clients à toutes les étapes de leur voyage et de simplifier, accélérer et sécuriser les processus internes.

Une application mobile Air Tahiti Nui sera ainsi créée pour permettre aux voyageurs de préparer facilement leur déplacement, personnaliser leur expérience de vol et trouver des informations pratiques ainsi que de l'assistance en cas de besoin.

D'autre part, la relation clientèle se verra dotée d'un nouvel outil CRM afin de mieux connaître les attentes et besoins de ses interlocuteurs et pouvoir ainsi interagir et collaborer avec eux plus facilement. Une application de BPM[1] sera aussi progressivement déployée pour permettre le pilotage et l'accélération des *workflows* de la Compagnie.

Enfin, un nouvel outil de gestion de la maintenance, adapté à la technologie des Boeing 787-9, sera mis en service au bénéfice des techniciens et ingénieurs qui assureront le maintien en conditions opérationnelles de la nouvelle flotte d'Air Tahiti Nui.

La valorisation des opportunités offertes depuis l'implémentation fin 2016 de la nouvelle plateforme de gestion des passagers Amadeus va également se poursuivre au cours de l'année. Au mois de juin 2018, les passagers auront notamment la possibilité d'acheter leurs billets *miles* et de modifier leur réservation en ligne.

Le déménagement dans les nouveaux locaux d'Air Tahiti Nui est également prévu pour le troisième trimestre de l'année. À travers son nouveau siège social, ATN a fait le choix de s'engager durablement pour développer le tourisme du Pays en offrant une meilleure visibilité à ses clients et partenaires. Ce bâtiment sera la vitrine de l'engagement sociétal de la Compagnie, s'inscrivant pleinement dans la philosophie d'éco-responsabilité partagée par l'ensemble de ses collaborateurs.

2018 sera donc l'année de tous les challenges, le plus compétitif d'entre eux étant l'accueil de nouvelles compagnies concurrentes. C'est à travers son positionnement unique et les nouveaux projets de développement sur lesquels Air Tahiti Nui ambitionne de capitaliser, au bénéfice de ses clients, que se fera la différence.

À vos côtés, le voyage continuera.

(1) *Le Business Process Management*, ou gestion des processus métiers, permet d'avoir une vue d'ensemble des processus métiers d'une organisation et de leurs interactions pour les optimiser et les automatiser autant que possible.

Flashez ce code et retrouvez
ce rapport sur www.airtahitinui.com

AIR TAHITI NUI

BP 1673 - 98713 Papeete - Tahiti - Polynésie française
Téléphone : (+689) 40 46 03 03 - Fax : (+689) 40 46 02 90
www.airtahitinui.com

Ce rapport est imprimé à Tahiti sur papier écologique FSC - cyclone - Photo couverture : Manu'a Vecker-Sue