



AirTahitiNui

RAPPORT D'ACTIVITÉ
2015

Sommaire



© gregoirelebacon.com

CHIFFRES CLÉS ET ÉVÈNEMENTS
MARQUANTS DE 2015

04

STATUT ET CAPITAL

05

RESSOURCES HUMAINES

06

ORGANISATION ET GESTION
DE LA COMPAGNIE

10

L'ACTIVITÉ AÉRIENNE

14

TRAFICS ET RÉSULTATS
COMMERCIAUX

19

ATN,
ACTEUR DE DÉVELOPPEMENT
TOURISTIQUE
DE LA POLYNÉSIE

27

RÉSULTATS FINANCIERS

32

PERSPECTIVES 2016

35

Édito

Depuis trois ans, Air Tahiti Nui a entrepris un long travail de retour à l'équilibre et d'amélioration de ses comptes financiers. Portée par une conjoncture favorable sur le front pétrolier, notre Compagnie a su saisir cette opportunité pour relancer une dynamique commerciale ayant porté ses fruits. Nous avons enregistré une nouvelle **croissance de l'activité et du chiffre d'affaires de respectivement 3% et 8%** qui nous permet d'obtenir un nouveau **résultat net record de 4,82 milliards Fcfp**.

2015 s'affiche donc comme le symbole de cette santé financière retrouvée qui nous ouvre maintenant des perspectives de développement et de reconquête au service du Pays et de son industrie touristique. Ces résultats permettent de réaffirmer avec force la légitimité d'ATN, tant dans son existence que dans sa fonction de **principal outil de développement du tourisme polynésien**. « Assurer une desserte pérenne de l'industrie touristique polynésienne » reste, plus que jamais, notre credo. Depuis maintenant deux ans, c'est sur cette base que nous déclinons, parfois un peu lentement, mais toujours sûrement, et avec détermination, les cinq piliers sur lesquels repose notre stratégie :

- la flotte ;
- les routes ;
- les alliances et partenariats ;
- l'action commerciale ;
- l'organisation et la gestion de la compagnie.

Dans les pages qui suivent, vous découvrirez les chiffres clés de l'année écoulée, ainsi que les principaux projets et actions menés au sein de toutes les directions et réalisés dans le cadre de la stratégie exposée.

Chacun d'entre eux trouve sa place au service d'un ou plusieurs de nos cinq piliers. L'ensemble des directeurs s'est ainsi vu assigner ses propres objectifs, déclinables auprès de ses collaborateurs afin de répondre à la stratégie globale. En parallèle, nous leur avons demandé d'avoir toujours en ligne de mire, et en préalable à toute action, décision ou projet que :

- la compagnie fait partie du patrimoine commun de tous les Polynésiens ;
- la compagnie doit être rentable et dégager des bénéfices pour assumer ses missions en totale autonomie financière et accompagner sereinement le Pays dans sa stratégie de développement touristique ;
- le maintien de hauts standards de qualité et sécurité est une condition non négociable de l'exploitation de la Compagnie.

Enfin, conscients également – du fait de l'éloignement géographique de la Polynésie française – que nous avons un rôle de désenclavement et de continuité territoriale, nous avons, contrairement à l'industrie aéronautique dans sa large majorité, rendu à nos concitoyens une part importante de la baisse du carburant. C'est ainsi que trois baisses successives de la surcharge carburant ont été appliquées pour un total en année pleine de plus d'un milliard de Fcfp.

Notre souhait est de toujours continuer à **offrir à nos passagers le meilleur service possible à destination du Pacifique sud et à l'international**, aussi bien au sol qu'à bord d'Air Tahiti Nui.

Je voudrais associer au succès de nos actions, le Pays, principal actionnaire, et l'ensemble des membres du conseil d'administration, pour leur implication et leur indéfectible et constant soutien à la direction de la Compagnie, tant dans les bons moments que dans les périodes plus difficiles ; saluer également la qualité du dialogue social avec les instances représentatives du personnel et souligner, une fois de plus, le professionnalisme et l'attachement à To Tatou Manureva de chaque agent d'Air Tahiti Nui. Après quelques années noires dont il faudra garder en mémoire les enseignements, la santé financière retrouvée et l'union de toutes nos forces nous permettent aujourd'hui de regarder l'avenir et ses enjeux d'une manière plus sereine.

À bientôt sur nos lignes, Maūru'uru.



© J. Vivier - ATN

A stylized, handwritten signature in black ink, consisting of a large, flowing 'M' followed by a horizontal line.

Michel MONVOISIN

Président du conseil d'administration et Président directeur général

Chiffres clés et événements marquants de 2015



473 186
PASSAGERS TRANSPORTÉS

+ 3 % par rapport à 2014

18 689
HEURES DE VOL

(pour 1616 vols)



+139%

PAR RAPPORT
À 2014

4,82 MILLIARDS DE F CFP
DE RÉSULTAT NET

(soit près de
40,4 millions d'euros)



745 COLLABORATEURS

(dont 392 personnels navigants)

+ 3 % par rapport à 2014

35,9 MILLIARDS DE F CFP
DE CHIFFRE D'AFFAIRES

(soit près de 301 millions d'euros)

+8%

PAR RAPPORT
À 2014



10 168
**TONNES DE FRET
TRANSPORTÉ**

+ 2,5 % par rapport à 2014

+53%

PAR RAPPORT
À 2014

12,2 MILLIARDS DE F CFP
DE CAPITAUX PROPRES

(soit près de 102 millions d'euros)



26 MARS 2015
29 AVRIL 2015

SIGNATURE DES CONTRATS DE
LOCATION DE 2 B787-9 ET D'ACHAT
DE 2 AUTRES BOEING DREAMLINER



29 MARS 2015

PREMIER VOL OPÉRÉ EN CODE-SHARE
AVEC AIR CALIN

**20% DE RATIO EXCÉDENT
BRUT EXPLOITATION
/ CHIFFRE D'AFFAIRES**

(soit près de 122 millions d'euros)

**+8
POINTS**

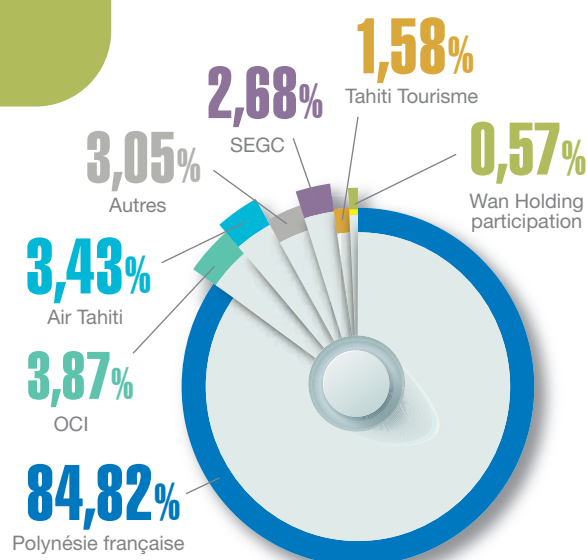
PAR RAPPORT
À 2014



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. Depuis le 22 novembre 2011, le capital s'élève à 1 622 956 875 Fcfp et se répartit comme suit :



PARTS DANS LE CAPITAL AU 31/12/2015

2. LISTE DES ADMINISTRATEURS

En tant que société anonyme d'économie mixte locale (SAEM), la compagnie ATN dispose d'un **conseil d'administration composé de 15 membres**, répartis comme suit au 31 décembre 2015 :

ADMINISTRATEURS PUBLICS représentant le Pays et nommés en Conseil des ministres

- > **Monsieur Jean-Christophe BOUISSOU**,
Ministre du tourisme et des transports aériens internationaux, de la modernisation de l'administration et de la fonction publique, porte-parole du gouvernement
- > **Monsieur Nuihau LAUREY**,
Vice-Président, Ministre du budget, des finances et des énergies
- > **Monsieur René TEMEHARO**,
Représentant à l'Assemblée de la Polynésie française
- > **Monsieur Teva ROHFRTSCH**,
Ministre de la relance économique, de l'économie bleue, de la politique numérique, et de la promotion des investissements, chargé des relations avec l'APF et le CESC (en remplacement depuis septembre 2015 de Monsieur Marcel TUIHANI, Président de l'Assemblée de la Polynésie française)
- > **Madame Teura IRITI**,
Représentante à l'Assemblée de la Polynésie française
- > **Madame Virginie BRUANT**,
Représentante à l'Assemblée de la Polynésie française
- > **Monsieur Daniel PALACZ**,
- > **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

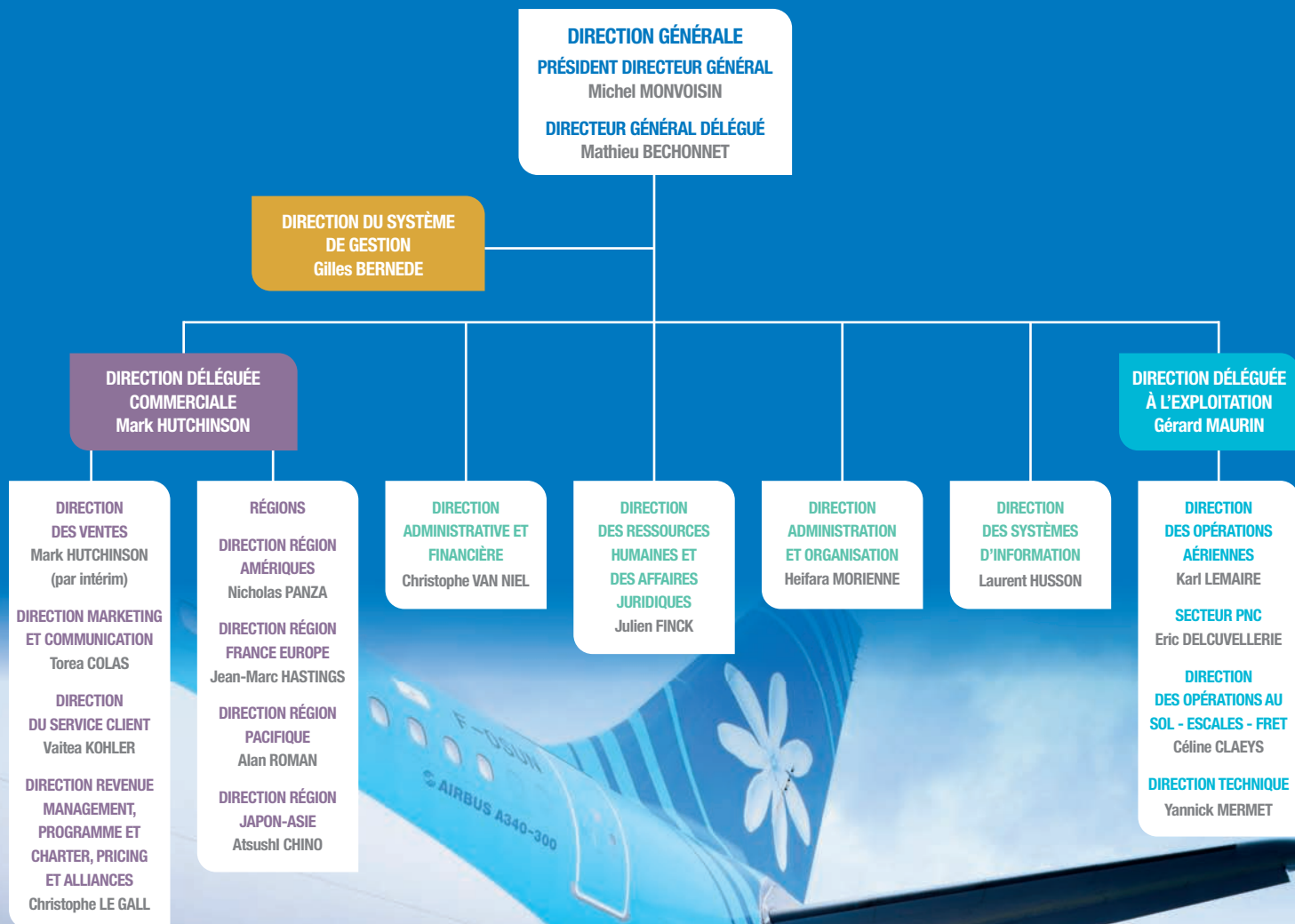
- > **Monsieur Joël ALLAIN**,
Représentant la SA Air Tahiti
- > **Monsieur Richard BAILEY**,
Représentant Tahiti Beachcomber SA
- > **Monsieur Yves BUHAGIAR**,
Représentant la SA Financière Hôtelière Polynésienne
- > **Monsieur James ESTALL**,
Représentant l'Océanienne de Capital Investissement (OCI)
- > **Monsieur Vincent LAW**,
Représentant la Société d'Études et de Gestion Commerciale (SEGC)
- > **Monsieur Robert WAN**,
Représentant la Société Civile Wan Holding Participation

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**.

Ressources humaines

1. ORGANIGRAMME COMPAGNIE

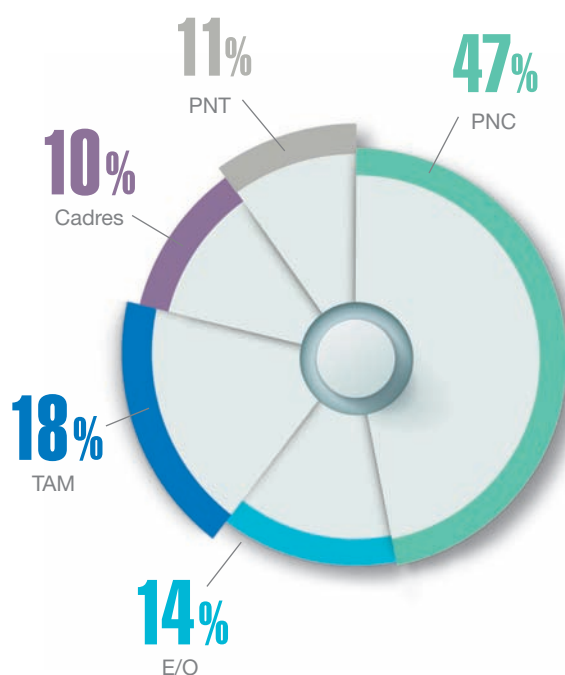


Les membres du Comité de Direction d'Air Tahiti Nui en 2015. De gauche à droite : Gilles BERNEDE, Torea COLAS, Vaitea KOHLER, Laurent HUSSON, Julien FINCK, Eric DELCUVELLERIE, Christophe LE GALL, Mathieu BECHONNET, Yannick MERMET, Michel MONVOISIN, Céline CLAEYS, Christophe VAN NIEL, Heifara MORIENNE.

2. RÉPARTITION DU CAPITAL HUMAIN

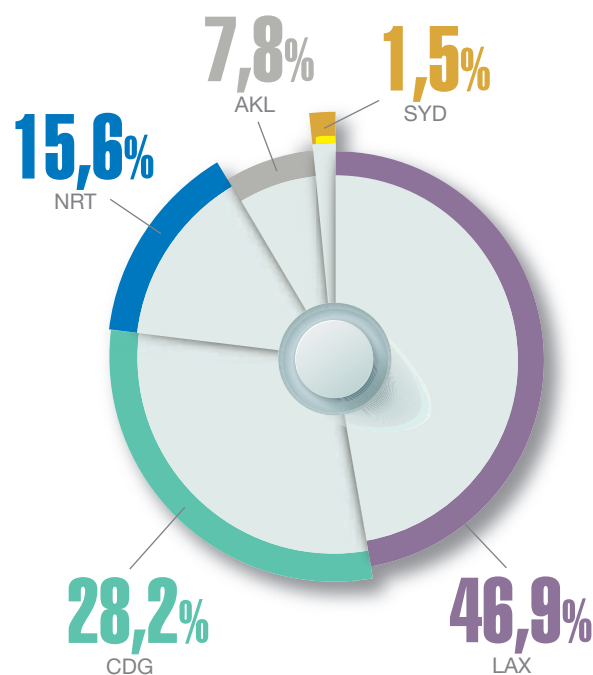
Au 31 décembre 2015, les effectifs s'établissent à **745 collaborateurs** (contre 723 au 31 décembre 2014), répartis entre les personnels au sol à Tahiti (289), les personnels navigants (392, dont 318 personnels commerciaux et 74 personnels techniques), et les agents des bureaux et escales extérieures (64).

RÉPARTITION DES EFFECTIFS DE POLYNÉSIE FRANÇAISE PAR CATÉGORIES PROFESSIONNELLES



Source : bilan social 2015 ATN

RÉPARTITION DES EFFECTIFS DES STATIONS EXTÉRIEURES



3. ÉVOLUTION DES EFFECTIFS

L'année 2015 est marquée par une **évolution de l'embauche en CDI** (+ 19 personnes), particulièrement dans les fonctions support et de gestion, finalisant ainsi la réorganisation interne de l'entreprise engagée en 2014.

28 CDD ont aussi rejoint Air Tahiti Nui pour la réalisation de grands projets tels que le changement du système de réservation vers Amadeus, ou en réponse à une activité charter importante, notamment pendant la haute saison, pour laquelle des PNC saisonniers ont été embauchés. La parité est quasiment respectée au sein de la compagnie.

RÉPARTITION DES EFFECTIFS AIR TAHITI NUI PAR GENRE

EFFECTIFS	2014	RÉPARTITION 2014 EN %	2015	RÉPARTITION 2015 EN %
Hommes	349	48,3 %	361	48,5 %
Femmes	374	51,7 %	384	51,5 %
TOTAL	723	100 %	745	100 %

Source : bilan social 2015 ATN



4. INDICATEURS POLYNÉSIE

CONTRATS DE TRAVAIL

27 départs
47 embauches
235 salariés avancés
671 salariés sous statut CDI
10 salariés en moyenne en CDD

ABSENTÉISME

23 accidents de travail
1 245 jours de maternité

5. MASSE SALARIALE GLOBALE

La masse salariale s'élève à **6,920 milliards de Fcfp** (soit + 7,8 % par rapport à 2014) dont 2,072 milliards de charges sociales (cotisations patronales), soit plus de 7,96 % par rapport à l'année précédente.

70,9 Millions Fcfp



CONSACRÉS À LA FORMATION

6. FORMATION PROFESSIONNELLE ET ACTIONS MANAGÉRIALES

En 2015, la DRH a poursuivi son plan de formation avec une augmentation de tous ses indicateurs et **plus de 415 stagiaires formés**.

54,1 millions Fcfp ont été attribués à la formation réglementaire des personnels navigants suite à la promotion de commandants de bord et au recrutement de deux nouveaux officiers pilotes de ligne.
16,8 millions Fcfp ont par ailleurs été consacrés à la formation du personnel sol.

On retiendra comme évènement marquant en 2015, le **premier séminaire des cadres et managers** de l'entreprise.

Après le séminaire du comité de direction d'août 2014 qui avait vu se formaliser les valeurs d'Air Tahiti Nui, ce premier séminaire des cadres et managers d'ATN s'est tenu fin 2015, fédérant l'encadrement autour d'une **Charte du Manager**, co-écrite collectivement et co-signée par tous.

Notre mission :

Assurer une desserte pérenne qui accompagne le développement de l'industrie touristique de la Polynésie française, tout en préservant la rentabilité et les hauts standards de sécurité de notre exploitation.

Nos valeurs :

- > To Tatou Manureva
(une entreprise référente, vecteur touristique de la Polynésie française)
- > Une culture client
- > La sécurité, l'affaire de tous
- > Une aventure collective
- > Culture du résultat (engagement commun et amélioration continue)
- > Exemplarité

L'engagement des managers chez ATN :

« Manager exemplaire et respectueux, j'assume mon rôle de leader pour garantir la cohésion, le professionnalisme et la performance de mes collaborateurs pour assurer la mission d'Air Tahiti Nui ».

Organisation et gestion de la compagnie

Poursuivant son effort de réorganisation interne initié en 2014 avec la mise en place de la direction du système de gestion qui regroupe la surveillance de la conformité, la sécurité et la sûreté, la Compagnie a notamment ouvert deux postes clés au niveau sécuritaire. Une cellule de contrôle interne et un poste de responsable de la sécurité des systèmes d'information répondent dorénavant aux impératifs de qualité et de contrôle d'aujourd'hui en même temps qu'ils anticipent les objectifs de demain.

1. FONCTIONNEMENT DU CONTRÔLE INTERNE

Le contrôle interne permet de s'assurer de la fiabilité des informations financières, de la bonne réalisation et de l'optimisation des opérations, de la conformité aux lois et à la réglementation en vigueur, et plus généralement de la qualité de l'organisation et de la gestion de l'entreprise.

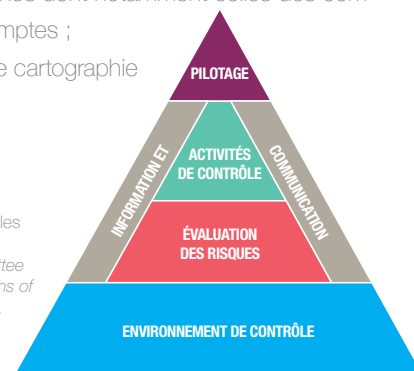
Depuis fin 2015, la cellule de contrôle interne a pour mission :

- de développer le dispositif de contrôle interne, de promouvoir et piloter sa mise en œuvre au sein de la compagnie avec notamment : la définition de l'organisation du dispositif de contrôle interne (charte, processus de pilotage, responsabilité des différents acteurs), l'accompagnement à la culture du contrôle interne en sensibilisant la Direction générale et les directeurs, la préparation de communications internes permettant d'instaurer et confirmer la culture du contrôle interne ;
- de réaliser des missions d'audit qui ont l'obligation d'être indépendantes et objectives, et donnent à la compagnie une assurance sur le degré de maîtrise de ses opérations, lui apportent des conseils pour les améliorer, et contribuent à créer de la valeur ajoutée. Ces fondamentaux sont le socle de base du service de l'audit interne, rédigés dans une charte normée par la profession.

Dans le cadre des missions qui lui sont confiées, les principaux travaux engagés à moyen terme sont :

- la mise en place d'un comité de contrôle interne qui a pour principales missions de s'assurer 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, de l'efficacité des dispositifs de surveillance et de contrôle des risques ;
- l'élaboration d'un plan d'audit sur deux ans présentant les missions de contrôle qui seront réalisées au sein des différents services et stations ;
- le recensement et le suivi des recommandations des prestataires externes dont notamment celles des commissaires aux comptes ;
- la rédaction d'une cartographie des risques.

Le cadre COSO :
les composantes essentielles
du contrôle interne telles
que définies par le *Committee
Of Sponsoring Organizations of
the Treadway Commission*.



2. LA SÉCURITÉ DU SYSTÈME D'INFORMATION

Au sens plus large que l'informatique seule, le responsable de la sécurité du système d'information (RSSI) est vu davantage comme un *risk manager* car le risque pour le système d'information de l'entreprise (SI) peut se situer à différents niveaux. Le rôle du RSSI, en tant que métier support, est d'expliquer aux utilisateurs où se situent les risques des besoins qu'ils expriment et ce qu'il faudrait mettre en place pour les réduire.

Le RSSI a pour mission :

- la définition et l'évolution des exigences de sécurité pour rester en adéquation avec les besoins métier ;
- la définition et la mise en œuvre des solutions opérationnelles et techniques pour garantir la politique de sécurité des systèmes d'information ;
- l'exploitation au quotidien des solutions de sécurité et réaction sur incident ;

- > le contrôle, suivi, et l'audit de la bonne application des mesures de sécurité ;
- > la sensibilisation et la formation permanentes à la problématique sécuritaire, auprès des différents intervenants dans le système d'information.

Ayant également un rôle d'arbitrage sur l'informatique, le RSSI est dissocié de la direction des systèmes d'information (DSI) pour éviter les conflits d'intérêt. Ses trois thématiques de travail sont la disponibilité des moyens, leur intégrité, et la confidentialité.

Les enjeux de sécurité sont multiples :

- > garantir la continuité des activités ;
- > prévenir les pertes financières ;
- > préserver et valoriser l'image de marque ;
- > améliorer la sécurité de l'information et assurer la confidentialité ;

- > assurer le respect des lois et règlements en rapport avec l'informatique.

Arrivé chez Air Tahiti Nui en avril 2015, le RSSI a engagé une analyse des risques de l'entreprise. Cette étude a permis de définir un plan d'action spécifique pour réduire les risques les plus critiques. Les fondamentaux de sécurité seront mis en place sur l'année 2016, avec notamment le lancement d'un programme de sensibilisation à la sécurité et la définition d'une organisation pour intégrer la sécurité dans les projets informatiques.

ATN étant en phase de refonte complète de son système d'information commercial avec le projet Amadeus, l'accompagnement de ce projet stratégique fera partie des priorités 2016. Le plan d'action de l'année prochaine réduira tous les risques intolérables et significatifs (suivront en priorité ceux avec un impact fort et critique).

3. LE SYSTÈME ORGANISATION ET QUALITÉ

Préconisé par l'audit organisationnel de 2014, le service système organisation et qualité (SOQ) a vu le jour en février 2015 et lancé le projet ORQA (ORganisation QuAlité) en avril 2015, qui constitue sa feuille de route. Ce projet s'inscrit sur trois ans et s'articule autour des quatre piliers que sont :

- > la mise en œuvre d'une organisation transparente via la documentation de notre activité ;
- > la promotion d'une gouvernance de l'information opérationnelle ;
- > le développement d'un outillage cohérent avec nos ambitions (à l'image de l'outil de GEIDE) ;
- > la création d'un label pour évaluer la qualité interne une fois les dispositifs de base instaurés (systèmes, processus, qualité documentaire, détermination des critères qualité pour chaque activité pilote...).

Tous les livrables du service concernent l'ensemble de la Compagnie, régions incluses.

L'OUTIL DE GEIDE

En cohérence avec les orientations stratégiques déclinées dans le projet ORQA, Air Tahiti Nui a décidé de se doter d'un outil de gestion électronique d'informations et de documents de l'entreprise (GEIDE), baptisé Marama.

En septembre 2015, après l'étude de 11 candidatures françaises et internationales, le marché a été signé avec ASI, intégrateur de la solution Jalios, pour 1 000 licences utilisateurs.

La solution privilégie les usages collaboratifs, offre un environnement prêt à accueillir un Intranet voire un réseau



social d'entreprise, et présente l'avantage d'offrir un niveau de paramétrage très fin. Son implémentation a démarré au mois de septembre avec les ateliers de spécifications fonctionnelles (identification des usages documentaires des départements de la Compagnie) et techniques (configuration des environnements).

Les formations « administrateur » ont eu lieu en novembre tandis que les formations « utilisateur final » sont planifiées en avril et mai 2016, régions incluses. Le paramétrage sera finalisé en parallèle, et les trois volets de déploiement livrés à la même période (socle documentaire commun ; workflows ; gestion du courrier). La transition documentaire devrait être amorcée dès le mois d'avril, en priorité au sein des départements commerciaux, du centre de contrôle des opérations, et du bureau documentation. La mise en place et l'adoption progressive des usages GEIDE comme pratiques courantes est estimée sur 6 mois à un an.

4. RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE DE L'ENTREPRISE

Consciente de sa responsabilité en tant qu'acteur majeur du transport aérien depuis et vers la Polynésie, notre Compagnie s'est volontairement engagée dans une démarche de responsabilité sociétale en dédiant, depuis février 2015, au sein de la direction administration et organisation, une cellule RSE aux travaux sur la thématique.

Sa mission est de concevoir et de mettre en œuvre une politique transversale afin d'implémenter les enjeux environnementaux, sociaux et sociétaux à tous les niveaux de l'entreprise, et de coordonner l'ensemble des efforts des services et personnels de la Compagnie autour des problématiques de développement durable.

Une réflexion sur nos pratiques s'est engagée, de manière à mieux définir nos engagements et notre stratégie à

moyen terme. 2015 a aussi été une année d'actions avec, entre autres, le lancement du 1^{er} bilan d'émissions de gaz à effet de serre de la Compagnie, l'implication du personnel lors de la Semaine européenne de la réduction des déchets (SERD), l'adhésion à la charte « Entreprise active pour la santé de ses salariés », et la participation active d'ATN à la création du premier club des Entreprises polynésiennes éco-responsables (EPER).

LE BILAN D'ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE D'AIR TAHITI NUI

Avec le soutien de l'ADEME, Air Tahiti Nui a lancé son premier bilan d'émissions de gaz à effet de serre (BEGES) afin de mesurer et surtout réduire son empreinte carbone. Pour mener cette étude, la Compagnie s'est appuyée sur l'expertise du cabinet conseil Carbone4 et a choisi de suivre la méthode sectorielle du bilan carbone de la Fédération nationale de l'aviation marchande (FNAM) pour la prise en compte des spécificités du secteur aérien – un choix qui a permis de réaliser le bilan en un délai record de cinq mois.

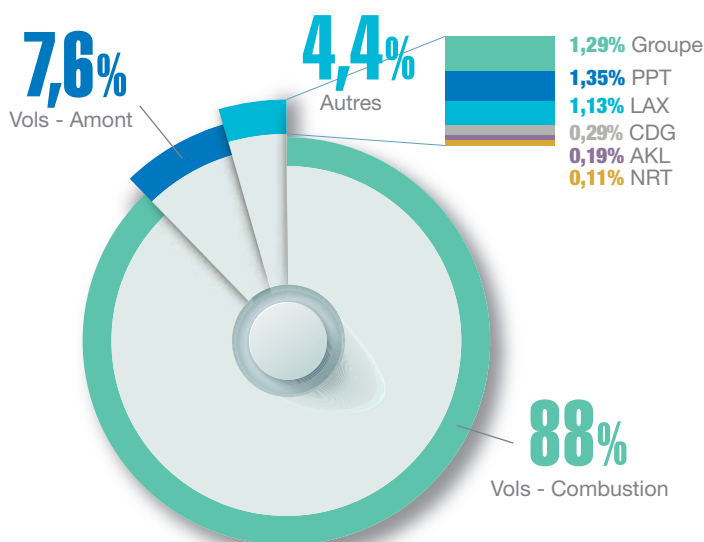
Air Tahiti Nui opérant principalement des vols long-courriers de/vers le Pacifique, les émissions de gaz à effet de serre liées aux vols représentent plus de 95 % du bilan global soit 440 000 tonnes de CO₂e. Cette étude a permis en outre d'identifier les postes secondaires d'émissions liées aux achats de biens et services (*catering*, etc.), aux déplacements des passagers, des salariés, etc. Si des efforts considérables sont déjà menés, des axes de progrès ont été formalisés pour optimiser la consommation de carburant et réduire les rejets de CO₂ qui y sont associés au travers d'une politique de réduction sur trois ans qui s'articule en quatre axes :

➤ Efficacité carbone liée aux vols.

La réduction des émissions liées à la combustion du kérosène passe par différents leviers :

- la réduction de la masse à vide des aéronefs (allègement de 1,2 tonne par appareil soit 8 500 t CO₂ eq évitées) ;
- l'optimisation et le suivi de l'efficacité carbone du pilotage (jusqu'à 2,5 % d'économie de carburant estimée soit 9 088 t CO₂ eq) ;
- le renouvellement de la flotte d'A340-300 par les *Dreamliner* B787-9 (gain estimé de 20 % d'efficacité énergétique/carbone) ;
- d'autres pistes qui seront étudiées : l'utilisation de bio-carburants, la possibilité de choisir un aéroport de décollage plus proche et/ou le projet d'approche verte sur Tahiti-Faa'a (certaines ne relevant pas de la responsabilité d'ATN)...

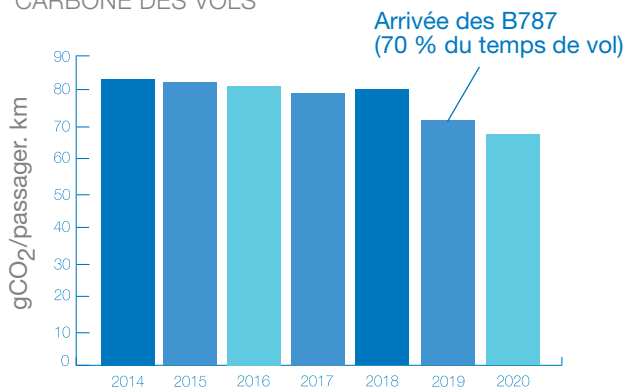
RÉPARTITION DES ÉMISSIONS DE CO₂ PAR GRANDS POSTES



SYNTHÈSE DES RÉSULTATS DU BILAN CARBONE ATN

Source : bilan carbone ATN - Carbone4

ÉVOLUTION DE L'EFFICACITÉ CARBONE DES VOLS



Source : Bureau d'Études ATN

➤ Responsabilité environnementale.

Cet axe de progrès intègre plusieurs pistes de travail afin de mobiliser les collaborateurs : mise en place d'un prix du CO₂ fictif dans le processus de décision et d'une taxe carbone interne pour alimenter un budget dédié aux actions liées à la problématique énergie/climat (dont notamment une compétition interne « trophée climat » et un comité carbone en charge de suivre l'implémentation des actions de réduction et de les améliorer via une veille réglementaire et technologique).

➤ Valorisation auprès des clients.

Au travers d'actions de sensibilisation (informations sur

les émissions des vols et/ou d'affrètement des marchandises, propositions de menus « bons pour le climat » à base de produits locaux et de saison...), il sera possible de répondre aux nouvelles attentes des consommateurs, de plus en plus sensibles à la préservation de l'environnement.

➤ Offre de compensation (à moyen terme).

Le bilan carbone d'ATN doit servir de modèle pour inciter d'autres entreprises de Polynésie à suivre sa démarche et accompagner le développement du Pays au travers de programmes environnementaux de réduction et/ou d'atténuation de l'empreinte carbone, en particulier dans nos îles du Pacifique.

440 000 tonnes de Co₂ équivalent émises en 2014 (objectif de réduction de 20 % d'ici à 2020)

+ de 19 millions Fcfp investis pour soutenir des associations environnementales et sociales au travers d'actions sponsoring

+ de 2 millions Fcfp collectés en interne en faveur des employés d'Air Vanuatu suite au passage du cyclone Pam au mois de mars

Novembre : ATN cofonde, avec sept autres sociétés, le club des Entreprises polynésiennes éco-responsables

Décembre : ATN signe la charte « Entreprise active pour la santé de ses salariés »

NOTRE CONTRIBUTION AU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE ET SOCIAL DE LA POLYNÉSIE

La Compagnie s'implique activement dans le développement économique et social de la Polynésie et crée de la valeur pour ses parties prenantes (actionnaires, fournisseurs, collaborateurs, pouvoirs publics et collectivités). Au-delà de son rôle intrinsèque de principal transporteur vers Tahiti, c'est à travers un ensemble d'initiatives locales dont elle est partenaire de longue date (le Festival international du film documentaire océanien, la Hawaiki Nui Va'a, le Heiva i Tahiti, ...) que la Compagnie promeut la Polynésie, ses îles, sa population, sa culture, etc.

Active également sur le volet social, elle soutient chaque année les associations en faveur des personnes vulnérables

(Saga, SOS Village d'enfants, Te Niu o te Huma, Lions Club de Papeete, Les Amis du Liban, ...), de l'environnement (Te Mana o te Moana, Tetiaroa Society, Mata Tohora, le CRIOBE, etc.), et des fédérations sportives (surf, football, judo, etc.). En avril 2015, suite au passage du cyclone Pam, la mobilisation des employés de la Compagnie a notamment permis la collecte de plus de 2 millions Fcfp en faveur des employés d'Air Vanuatu.



Concernant plus particulièrement la santé de son personnel, Air Tahiti Nui a adhéré fin décembre à la charte « Entreprise active pour la santé de ses salariés », une initiative pilote du Ministère de la santé, destinée à fédérer les entreprises locales autour de la santé au travail.

En tant que membre co-fondateur du club des Entreprises polynésiennes éco-responsables (EPER – créé en novembre 2015), Air Tahiti Nui entend également promouvoir les principes du développement durable auprès de son réseau professionnel et contribuer activement au montage d'actions mutualisées sur cette thématique (visites d'entreprises, retours d'expériences, etc.).



L'activité aérienne



En tant que compagnie de transport aérien international de Polynésie 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 145 423, du 29 octobre 2010.

Au-delà de ce cadre réglementaire, Air Tahiti Nui, membre de l'IATA (*International Air Transport Association*), est soumise à une certification IOSA (*IATA Operational Safety Audit*), une norme mondiale de l'industrie, développée par l'IATA (et prérequis pour être membre de l'association), visant à améliorer la gestion de la sécurité des opérations des compagnies aériennes.

Les standards de l'audit IOSA concernent huit disciplines :

- > Organisation et management opérationnel (ORG) ;
- > Opérations aériennes (FLT) ;
- > Contrôle opérationnel / Dispatch (DSP) ;
- > Engineering et maintenance (MNT) ;
- > Opérations cabines (CAB) ;
- > Opérations sol (GRH) ;
- > Fret (CGO) ;
- > Sécurité opérationnelle (SEC).

En juin 2015, la Compagnie a procédé au 3^e renouvellement de son agrément. L'introduction du ENHANCED-IOSA, ou E-IOSA (littéralement « IOSA amélioré »), est une nouvelle obligation IATA introduite cette année. Elle impose d'effectuer un certain nombre de changements, tels que la formation et la nomination d'auditeurs IOSA internes à la Compagnie, l'envoi d'un *Conformance Report* à l'agence de l'audit IOSA avant chaque renouvellement, etc. Ce processus devra être adopté avant le prochain renouvellement d'agrément, d'ici 2017.

1. LA FLOTTE AIR TAHITI NUI

La reconfiguration des cabines de nos Airbus A340-300 entamée en 2013 (modernisation de l'harmonie cabine et du système de divertissement audio-vidéo) s'est terminée au cours de l'année, permettant à nos passagers d'expérimenter une réelle évolution de confort et d'expérience à bord, avec un produit et un service de qualité, uniformisés sur notre réseau régulier.

La flotte d'Air Tahiti Nui se compose actuellement de **cinq Airbus A340-300** d'un même standard technique¹ :

- le Mangareva F-OJGF, le Rangiroa F-OSEA, et le Moorea F-OSUN (propriétés d'Air Tahiti Nui) ;
- le Nuku Hiva F-OLOV (loué en crédit-bail avec option d'achat) ;
- le Bora Bora F-OJTN (loué à AerCap).

Tous nos avions sont équipés en bi-classe : 30 (1 avion) ou 32 sièges (4 appareils) en classe affaires et 264 en classe économique, avec vidéo individuelle.

La **classe affaires Poerava business** accueille un siège couchette pouvant s'incliner jusqu'à 160 degrés, proposant un confort optimal : agencé avec un écart de 152 cm entre chaque rangée, il offre une grande intimité. Chaque siège est équipé d'un écran tactile haute définition (large de 12 pouces, soit 30,5 cm) proposant une grande variété de contenus à la demande sur chaque vol (16 films, une quarantaine de documentaires, un large choix de musique, de jeux, et de séries télé).

En **classe économique Moana**, la cabine dispose de sièges confortables (inclinaison de 118 degrés et assise de 45 cm), les plus larges actuellement disponibles sur la desserte Tahiti. L'écart entre chaque rangée est de 81 cm. Chaque siège est également équipé d'un écran tactile haute définition (de 9 pouces - 23 cm), avec un système de divertissement complet à la demande.

¹Le programme régulier s'opère sur quatre avions. Les cinq machines sont identiques à l'exception des sièges et du système de divertissement qui n'ont pas été changés sur le 5^e appareil. Celui-ci étant essentiellement dédié aux vols charter, et utilisé en réserve en cas de maintenance sur une autre machine, il n'a pas été reconfiguré.



Le F-OJGF dans les hangars de SR Technics à Zurich pour le *retrofit* de sa cabine.

2. LE RÉSEAU

Air Tahiti Nui effectue des liaisons entre le Pacifique sud et quatre continents. Elle se positionne comme le principal transporteur aérien desservant la Polynésie française avec des vols quotidiens sur cette destination. La Compagnie propose un vol direct aller-retour entre Paris et Los Angeles, et dessert également Los Angeles, Tokyo et Auckland au départ de Papeete.

Air Tahiti Nui dessert au total 46 villes grâce à ses partenaires en partage de code – **la SNCF avec le programme TGV Air, en France et en Europe** (en quotidien, depuis CDG, vers 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 aux États-Unis** (en quotidien, depuis LAX, vers Atlanta, Boston, Chicago, Dallas, Denver, Fresno, Houston, Las Vegas, Miami, New York, Orlando, Phoenix, St Louis, Salt Lake City, San Diego, San Francisco, San Jose, Washington) ; **Qantas, Air New Zealand et Air Calin (depuis le 29 mars 2015), en Australie et dans le Pacifique sud** (vers Auckland, Sydney, Melbourne, Brisbane,

Nouméa) ; **Air France** (vers Los Angeles et Paris) ; et **Korean Air en Asie** (vers Séoul).

D'autres pistes de *code-share* sont envisagées et actuellement à l'étude, notamment sur l'Amérique du Nord et l'Amérique du Sud. Leur mise en place effective est fonction des approbations gouvernementales et sera soumise, en interne, à la mise en ligne du nouveau PSS de la Compagnie (*Passenger Service System* – système de gestion des passagers), Amadeus, prévue pour novembre 2016 (en août 2015, la solution Altéa du fournisseur européen a été choisie et validée en conseil d'administration en remplacement de l'actuel système, sous SABRE, pour offrir notamment des produits et services en avance par rapport à ceux de son concurrent).

En outre, dans le cadre du développement de la Compagnie sur ses marchés, plus d'une cinquantaine d'accords *interline* sont conclus à ce jour avec d'autres transporteurs afin d'offrir aux clients un plus large choix de destinations.



3. PROGRAMME DE VOLS



FRÉQUENCE DE DESSERTES PAR ROUTE

	2013	2014	2015	
			BASSE SAISON	HAUTE SAISON
Papeete - Paris via LAX	3/7 à 7/7	3/7 à 7/7	3/7 à 5/7	5 à 8 vols/sem.
Papeete - Los Angeles	5/7 à 7/7	5/7 à 7/7	5/7	5 à 8 vols/sem.
Papeete - Japon	2/7	2/7	2/7	2/7
Papeete - Auckland	2/7 à 3/7	3/7	3/7	3/7

NOMBRE ANNUEL DE VOLS PAR ROUTE

	2013	2014	VAR 2013/2014	2015	VAR 2014/2015
Papeete - Paris via LAX	460	468	+ 2 %	492	+ 5 %
Papeete - Los Angeles	574	631	+ 10 %	605	- 4 %
Papeete - Japon	206	208	+ 1 %	207	- 0,5 %
Papeete - Auckland	231	316	+ 37 %	312	- 1 %
TOTAL	1 471	1 623	+ 10 %	1 616	- 0,5 %

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
Qantas (QF)	AKL - SYD/MEL/BNE - AKL	X4 par semaine
Korean Air (KE)	NRT - ICN - NRT	X2 par semaine
Air Calin (SB)	AKL - NOU - AKL	X2 par semaine
	PPT - NOU - PPT	X1 par semaine

* Hors American Airlines et SNCF qui opèrent des liaisons quotidiennes

4. PONCTUALITÉ

En 2015, ATN affiche une ponctualité en baisse sur l'ensemble de son réseau avec **85 % des vols partis à l'heure** ou dans les 15 minutes (- 6 % par rapport à 2014).

Les escales de LAX et CDG sont en retrait avec une ponctualité respective de 81 % et 70 % : l'aéroport de LAX souffre principalement d'un manque d'infrastructures adaptées face à une forte augmentation de la fréquentation, quant à CDG, le créneau horaire d'exploitation ne permet plus d'absorber le retard durant le transit.

Les vols au départ de Narita et d'Auckland, avec respectivement 97 % et 91 % de ponctualité, révèlent des

performances très encourageantes. Le principal challenge pour NRT concerne son adaptation à une clientèle chinoise croissante. L'aéroport d'AKL voit également sa fréquentation augmenter fortement avec l'arrivée de nouvelles compagnies sur le terminal.

La ponctualité de l'escale de PPT reste relativement stable avec 89 %.



5. RENOUVELLEMENT DE LA FLOTTE D'A340-300



Cérémonie de signature des contrats d'achat de deux Boeing 787-9, le 30 avril 2015, à l'InterContinental Tahiti.

De gauche à droite : Mathieu BECHONNET, Directeur Général Délégué d'Air Tahiti Nui,

Dinesh A. KESHAR, Boeing Senior Vice President, Sales Asia Pacific and India,

et Michel MONVOISIN, Président Directeur Général d'Air Tahiti Nui.

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

Le B787-9 est un appareil de nouvelle génération, bi-moteur d'environ 300 places, avec un très long rayon d'action qui devra permettre à la Compagnie un développement de ses lignes sur l'Asie en particulier. Les nouvelles technologies intégrées à cet appareil permettront une amélioration du confort proposé au passager et une réduction de la consommation de carburant, s'inscrivant de ce fait dans la lignée de la démarche RSE et des préconisations issues de la réalisation du bilan d'émissions de gaz à effet de serre de la Compagnie.

Afin de préparer l'arrivée de cette nouvelle flotte, le projet iaOra787 a été lancé en mai. Composée de représentants de l'ensemble des métiers de la Compagnie, l'équipe de gestion du projet iaOra787 s'est donc attelée à la première phase de préparation : la définition de la configuration des futurs B787-9. Il est en effet nécessaire de définir le type de cabine et de sièges qui seront installés à bord, le système de divertissement, les différents équipements de bord, et également de choisir le type de moteur. L'ensemble de ces choix devra être finalisé avant la fin de l'année 2016 afin de lancer la fabrication à temps pour une **livraison du premier appareil en octobre 2018**.

L'année 2017 sera consacrée à la préparation de l'exploitation de ces nouveaux appareils, et **les formations des personnels débiteront en 2018**.

En 2019, les A340-300 quitteront la compagnie après 20 ans au service des Polynésiens et des touristes visitant Tahiti et ses îles.

Trafics et résultats commerciaux



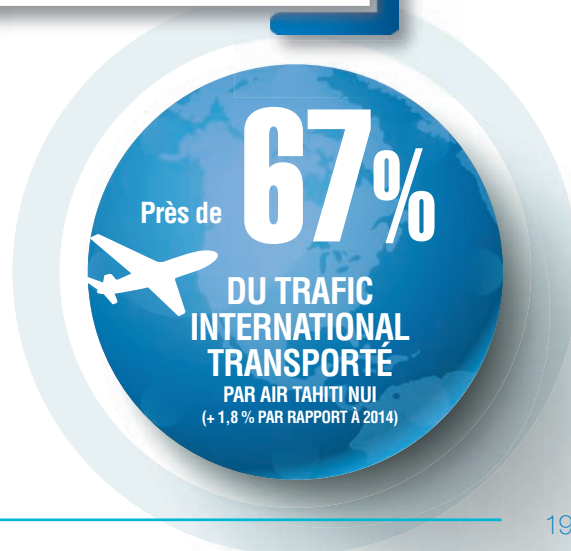
© gregoirelebacq.com

1. TRAFIC À DESTINATION DE TAHITI TOTAL PASSAGERS TOUTES LIGNES

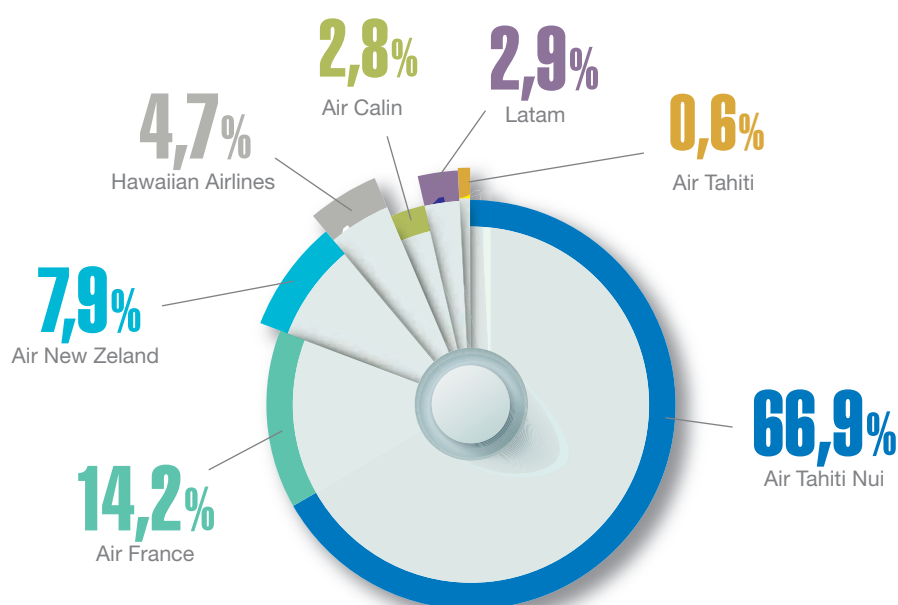
	NOMBRE DE PASSAGERS 2014	PARTS DE MARCHÉ	NOMBRE DE PASSAGERS 2015	PARTS DE MARCHÉ	VARIATION NOMBRE DE PASSAGERS 2014/2015
Air Tahiti Nui	374 716	66,6 %	381 483	66,9 %	+ 1,8 %
Air France	82 396	14,7 %	80 883	14,2 %	- 1,8 %
Air New Zealand	41 318	7,3 %	44 798	7,9 %	+ 8,4 %
Hawaiian Airlines	26 635	4,7 %	26 586	4,7 %	- 0,2 %
Latam	18 341	3,3 %	16 913	2,9 %	- 7,8 %
Air Calin	16 036	2,9 %	15 926	2,8 %	- 0,7 %
Air Tahiti	2 900	0,5 %	3 233	0,6 %	+ 11,5 %
TOTAL RÉGULIER	562 342	100 %	569 822	100 %	+ 1,3 %

Source : ADT

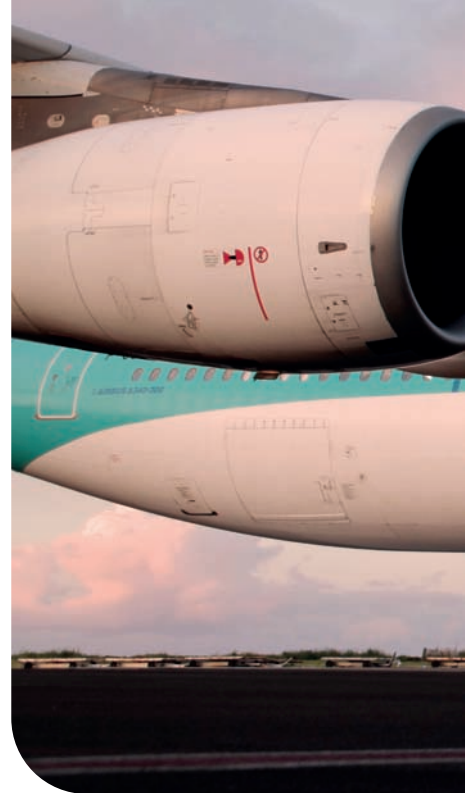
En 2015, le nombre total de passagers en partance et à destination de la Polynésie française est de **569 822**, soit une variation de **+ 1,33 % par rapport à 2014**. Air Tahiti Nui a transporté près de **67 % du trafic international** en 2015, un résultat relativement stable par rapport à 2014. Air France est le deuxième plus gros transporteur, avec 14,2 % de part du trafic, en baisse de 1,8 % par rapport à 2014. Air New Zealand compte 7,9 % du trafic, en croissance de 8,4 % par rapport à 2014.



PARTS DE MARCHÉ PAR COMPAGNIE AÉRIENNE TOUS PASSAGERS CONFONDUS



Source : Mercator



2. RÉSULTATS ET ÉVOLUTION DU TRAFIC PASSAGERS PAYANTS ATN PAR ROUTE

ÉVOLUTION DU NOMBRE DE PASSAGERS TRANSPORTÉS PAR ROUTE

ROUTES	2013	PASSAGERS 2014	2015	VAR 2014/2015
PAR via LAX	207 603	215 610	227 439	+ 5 %
LAX	124 109	144 337	140 182	- 3 %
AKL	50 427	60 521	63 074	+ 4 %
TYO	38 643	39 338	42 491	+ 8 %
TOTAL	420 782	459 806	473 186	+ 3 %

Source : Trafic - Mercator

En 2015, 473 186 passagers ont été transportés par Air Tahiti Nui, en hausse de 3 % par rapport à 2014.

L'offre de sièges sur l'ensemble du réseau est en hausse de 1 % pour un volume de passagers par kilomètre transporté (PKT) en croissance de 3 % comparé à l'année précédente. Le coefficient moyen de remplissage s'établit à 77 %, en hausse de 1,7 point. Les recettes totales passagers payants (incluant la surcharge carburant) s'élèvent à 30,4 milliards Fcfp, en croissance de 8 % par rapport à l'année précédente, avec une augmentation de 4 % du revenu par kilomètre parcouru (R/PKT).



473 186 PASSAGERS TRANSPORTÉS

EN 2015
(+ 3 % PAR RAPPORT À 2014)



© gregoirelabar.com

ACTIVITÉ PASSAGERS PAYANTS PAR ROUTE

ROUTES	COEFFICIENT MOYEN DE REMPLISSAGE			RECETTES (EN MILLIONS Fcfp)			RECETTES/PKT (RECETTES PASSAGERS PAR KILOMÈTRE TRANSPORTÉ)		
	2014	2015	VAR 2014/2015	2014	2015	VAR 2014/2015	2014	2015	VAR 2014/2015
PAR via LAX	78 %	79 %	+ 0,8	13 588	14 798	+ 9 %	8,0	8,3	+ 3 %
LAX	78 %	79 %	+ 1	9 493	10 219	+ 8 %	10,0	11,1	+ 11 %
AKL	65 %	69 %	+ 3,6	2 079	2 264	+ 9 %	8,4	8,8	+ 5 %
TYO	64 %	69 %	+ 5,2	3 050	3 136	+ 3 %	8,2	7,8	- 5 %
TOTAL	75 %	77 %	+ 1,7	28 210	30 417	+ 8 %	8,6	9,0	+ 4 %

Source : Traffic - Mercator - Revenue Management

Les résultats varient selon les marchés, comme suit :

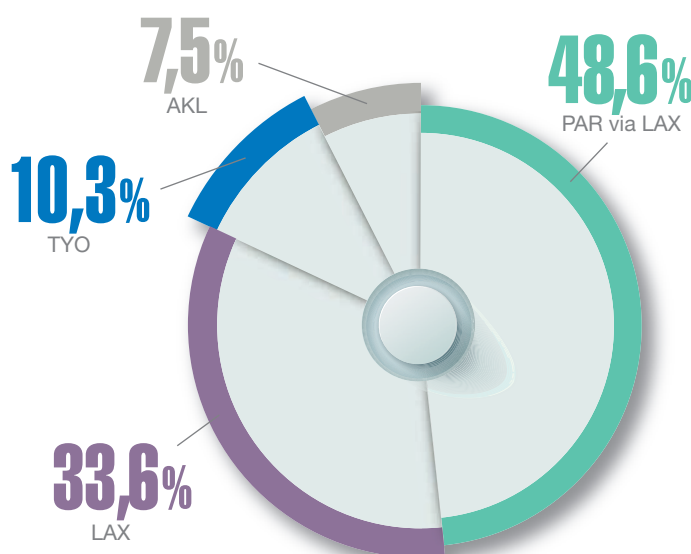
La route Paris est en croissance de 5 %, et ses recettes en hausse de + 9 %, stimulée par une forte demande de groupes sur le transatlantique.

La route Los Angeles accuse une légère contraction sur le marché américain du fait d'une baisse des croisiéristes suite à l'augmentation importante de ce trafic l'année dernière (mais des recettes toujours en hausse de + 8 % due notamment à un effet devise favorable du dollar US).

La route Auckland maintient son activité passagers (+ 4 %) et enregistre une hausse de ses recettes (+ 9 %) avec, en 2015, une 2^e année consécutive pour la 3^e fréquence.

La route Tokyo connaît un accroissement du trafic passagers de 8 % (et de ses recettes : + 3 %) pour une offre en sièges équivalente à l'année précédente, stimulée par le marché Chine, en constante augmentation.

RÉPARTITION DES RECETTES PAR ROUTE



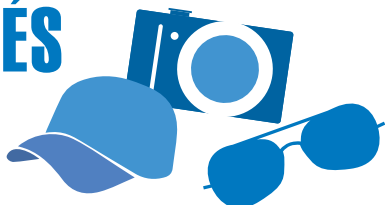
Source : Traffic - Mercator - Revenue Management

3. TRAFIC TOURISTIQUE

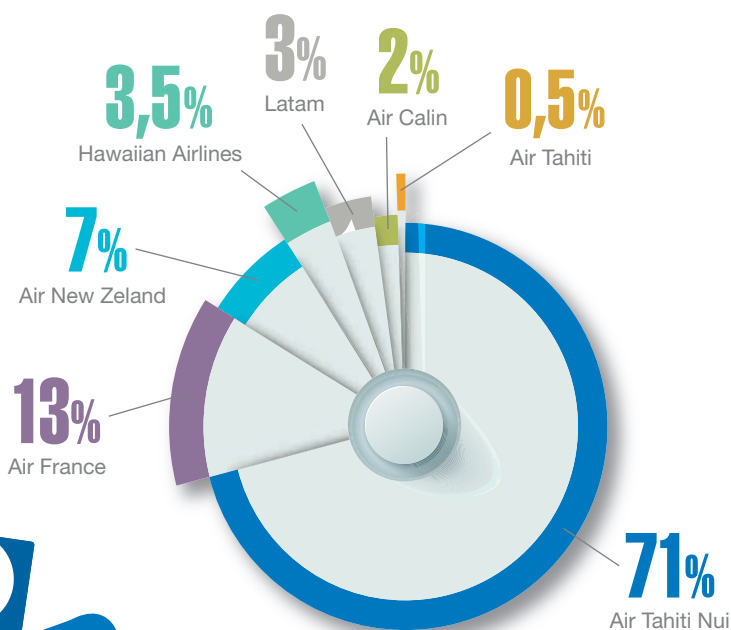
TRAFIC TOURISTIQUE À DESTINATION DE TAHITI ET SES ÎLES

En 2015, près de 184 000 touristes ont visité la destination Tahiti et ses îles, dont plus des deux tiers ont été acheminés par Air Tahiti Nui (71 %), suivie par Air France (13 %) et les autres compagnies (Air New Zealand, LATAM, Hawaiian Airlines, Air Calin, et Air Tahiti, pour 16 %).

129 941
TOURISTES
TRANSPORTÉS
EN 2015
PAR AIR TAHITI NUI
(71 % DE PARTS DE MARCHÉ)



PARTS DE MARCHÉ PAR COMPAGNIE AÉRIENNE TRAFIC TOURISTIQUE



Source : ISPF

	2014		2015		N/N-1 %	VARIATION PDM*	
	TOURISTES	PDM	TOURISTES	PDM		2013/2014	2014/2015
Air Tahiti Nui	129 334	72 %	129 941	71 %	0,5 %	+ 2,0 pts	- 0,9 pt
Air France	22 682	12,5 %	23 765	13 %	4,8 %	- 1,1 pt	+ 0,4 pt
Air New Zealand	11 482	6,5 %	12 398	7 %	8 %	- 0,5 pt	+ 0,4 pt
Latam	6 018	3 %	5 975	3 %	- 0,7 %	- 0,8 pt	- 0,1 pt
Hawaiian Airlines	5 798	3 %	6 504	3,5 %	12,2 %	+ 0,7 pt	+ 0,3 pt
Air Calin	4 445	2,5 %	4 277	2 %	- 3,8 %	- 0,2 pt	- 0,1 pt
Air Tahiti	843	0,5 %	970	0,5 %	15,1 %	- 0,1 pt	+ 0,1 pt
TOTAL	180 602	100 %	183 830	100 %	1,8 %		

Source : ISPF. * PDM : parts de marché

ÉVOLUTION DES TOURISTES PAR ORIGINE

PAYS	2014		2015		VARIATION 2014/2015	
	AIR TAHITI NUI	TOTAL TOUTES COMPAGNIES	AIR TAHITI NUI	TOTAL TOUTES COMPAGNIES	AIR TAHITI NUI	TOTAL TOUTES COMPAGNIES
Amérique du Nord	58 028	71 548	56 742	72 315	- 2,2 %	+ 1,1 %
France	21 850	34 887	22 691	35 765	+ 3,8 %	+ 2,5 %
Italie	7 063	7 887	7 113	7 993	+ 0,7 %	+ 1,3 %
Royaume-Uni	3 555	4 834	3 276	4 711	- 7,8 %	- 2,5 %
Espagne	1 936	2 782	1 863	2 608	- 3,8 %	- 6,3 %
Allemagne	2 492	4 028	2 125	3 538	- 14,7 %	- 12,2 %
Suisse	1 545	2 911	1 578	2 845	+ 2,1 %	- 2,3 %
Europe (autres)	3 202	5 096	3 198	5 075	- 0,1 %	- 0,4 %
Japon	12 180	12 527	11 200	11 447	- 8,0 %	- 8,6 %
Asie	4 684	5 761	7 410	9 035	+ 58,2 %	+ 56,8 %
Australie	6 507	9 315	6 496	9 167	- 0,2 %	- 1,6 %
Nouvelle-Zélande	3 382	7 136	3 271	7 315	- 3,3 %	+ 2,5 %
Pacifique	626	4 626	680	4 704	+ 8,6 %	+ 1,7 %
Amérique du Sud	1 101	5 547	1 111	5 628	+ 0,9 %	+ 1,5 %
Amérique centrale	768	1 060	790	1 107	+ 2,9 %	+ 4,4 %
Autres pays	415	657	397	578	- 4,3 %	- 12,0 %
TOTAL	129 334	180 602	129 941	183 831	+ 0,5 %	+ 1,8 %

Source : ISPF

En 2015, la fréquentation touristique de Tahiti et ses îles est en augmentation de 1,8 %, avec une nette augmentation du marché Asie (56,8 %), favorisée par le marché chinois, et une baisse de 2,8 % pour le marché Europe (hors France).

On peut noter une croissance de 5,3 % des trafics de circuit alors que le trafic de destination n'augmente que de 1 %. Les croisiéristes sont en baisse de 6,5 % et le nombre de touristes en hébergement terrestre ne croît que de 4 %.

Le marché Nord-Américain reste stable (+ 1,1 %) avec une légère baisse du trafic de circuit et des croisiéristes et une augmentation de 7,5 % pour les touristes en hébergement terrestre.

L'Europe (hors France) connaît un léger retard tandis que la France affiche une croissance à 2,5 %.

L'Asie, malgré la baisse du Japon (- 8,6 %), est en croissance grâce aux bonnes performances des marchés chinois (+ 70 %) et coréen (+ 36,7 %).

Pour la zone Pacifique, le marché Australie est en baisse de 1,6 % et le marché Nouvelle-Zélande est en croissance de 2,5 % avec une baisse significative du trafic de circuit (- 55,3 %) mais une croissance de 15,1% du trafic de destination.

Sur l'année, la part de marché d'Air Tahiti Nui dans le transport de touristes reste stable et représente 71 % du trafic touristique.



4. RÉSULTATS FRET

RECETTES FRET PAR ORIGINE*

	RECETTES (EN MILLIONS Fcfp)			
	2014	2015	VAR 2014/2015	VARIATION %
Origine PPT	370	416	+ 46	+ 12,4 %
Origine CDG	1 221	1 190	- 31	- 2,5 %
Origine LAX	880	960	+ 80	+ 9,1 %
Origine JAPON	154	185	+ 31	+ 20,1 %
Origine AKL	158	194	+ 36	+ 22,8 %
Contrat charter	11	7	- 4	- 36,3 %
TOTAL	2 794	2 952	+ 158	+ 5,6 %

Source : Service du contrôle de gestion ATN
* Origine de départ du FRET

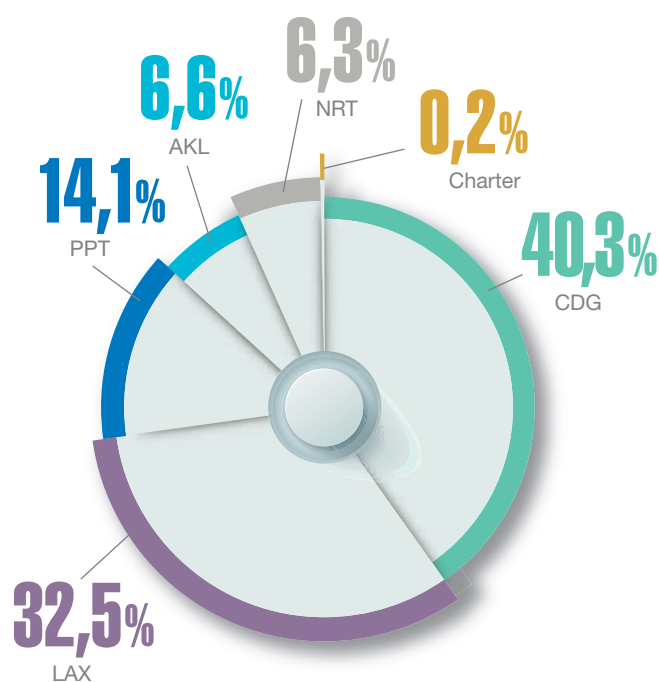
Les recettes de fret sur l'ensemble du réseau Air Tahiti Nui en 2015 s'élèvent à **2 952 millions de Fcfp**, en hausse de 5,6 % par rapport à 2014, pour un **tonnage global de 10 168 tonnes**.

L'année 2015 a été marquée par des **résultats en progression** malgré un contexte économique mondial peu encourageant. Le premier semestre a été boosté par la longue grève du port de Long Beach à Los Angeles qui a fait nettement augmenter la demande en fret aérien au détriment du fret maritime (dont ont surtout bénéficié Auckland et Papeete). Grâce au dynamisme de nos équipes (représentants et transitaires), des tonnages bien au-dessus des prévisions ont pu être transportés : tonnage prévisionnel de 9 637 tonnes en 2015 (prévisions en baisse par rapport à 2014 pour parer à la concurrence sur les envois postaux) pour un résultat global de 10 168 tonnes.

On note une **stabilité de nos deux plus gros marchés, LAX et CDG**. Sur Los Angeles, « l'effet devise » a particulièrement joué en début d'année, mais a accusé un revers en fin d'exercice avec une baisse de l'export sur la route LAX-CDG. La baisse du carburant a aussi joué en notre défaveur, permettant à des compagnies tout cargo concurrentes d'opérer des vols au départ de Los Angeles sur l'Europe.


10 168
TONNES DE FRET
TRANSPORTÉ
POUR
2,9 MILLIARDS Fcfp
DE RECETTES

RÉPARTITION DES RECETTES FRET PAR ORIGINE



TONNAGE TRANSPORTÉ PAR ORIGINE

	POIDS EN TONNES			
	2014	2015	VAR 2014/2015	VARIATION %
Origine PPT	1 501	1 810	+ 309	+ 20,6 %
Origine CDG	1 933	1 862	- 71	- 3,6 %
Origine LAX	5 016	4 617	- 399	- 7,9 %
Origine JAPON	897	1 038	+ 141	+ 15,7 %
Origine AKL	539	823	+ 284	+ 52,7 %
Contrat charter	27	18	- 9	- 33,3 %
TOTAL	9 913	10 168	+ 255	+ 2,5 %

Source : Service du contrôle de gestion ATN

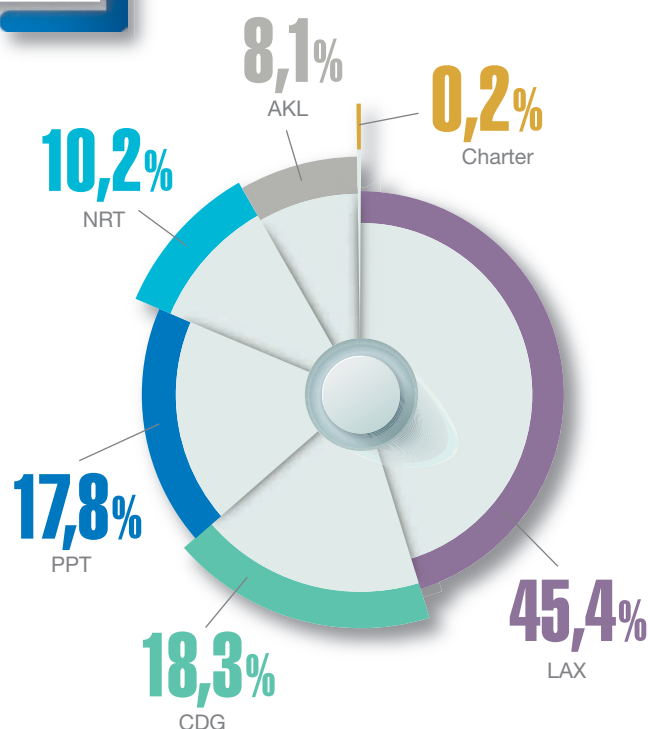
Les marchés AKL/PPT/NRT sont eux en nette progression, profitant à la fois de conditions favorables (forte progression sur l'export de thon depuis Papeete*) et du gain de nouveaux trafics en dépit d'une forte concurrence.

Sur Auckland, un nouveau marché vers Chicago a été décroché pour le transport de produits *Fisher & Paykel healthcare* avec DHL.

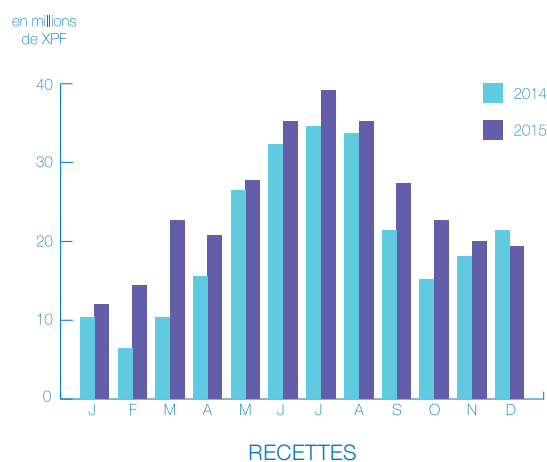
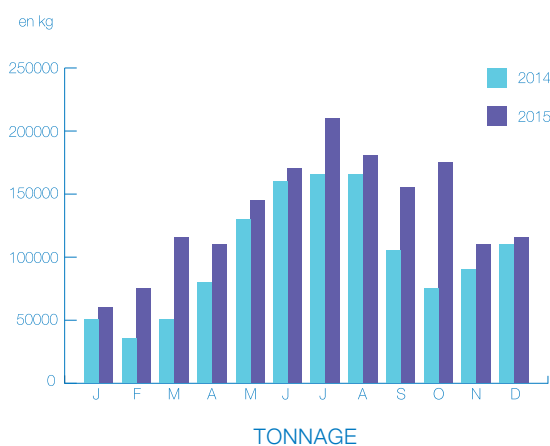
Notre escale japonaise a aussi bénéficié des effets de la grève du port de Long Beach, et voit s'intensifier le développement du marché asiatique vers Papeete, notamment depuis Bangkok et Séoul, pour le transport de pièces de voitures en particulier.

Un trafic *interline* avec l'IAC Mercury Cargo², pour un marché de matériel aéronautique, a également été signé au cours de l'année.

RÉPARTITION DU TONNAGE TRANSPORTÉ PAR ORIGINE



*ÉVOLUTION DE L'EXPORT DE POISSON FRAIS EN TONNAGE ET RECETTES SUR 2014 ET 2015



²L'IAC (Indirect Air Carrier) Mercury Cargo utilise les services d'Air Tahiti Nui pour transporter sa marchandise à destination de l'Amérique du Sud entre Narita et Los Angeles.

5. ACTIVITÉ CHARTER

TABLEAU COMPARATIF DE L'ACTIVITÉ CHARTER SUR 2014 ET 2015

	2014	2015	VARIATION %
ACMI	899	330	- 63 %
Full Charter	271	506	+ 87 %
TOTAL NB HEURES DE VOL	1 170	836	- 29 %
ACMI	497	187	- 62 %
Full Charter	420	761	+ 81 %
TOTAL RECETTES (MILLIONS Fcfp)	917	948	+ 3 %

Air Tahiti Nui poursuit son activité de vols à la demande en réalisant **836 heures de vol** pour le compte d'affrêteurs divers. Cette activité annexe a généré **948 millions Fcfp de recettes sur l'année** (contre 917 millions Fcfp en 2014, soit une hausse de 3 %).

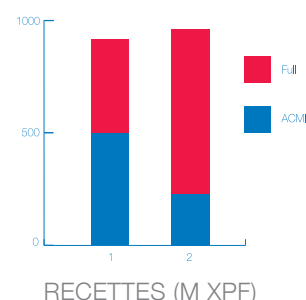
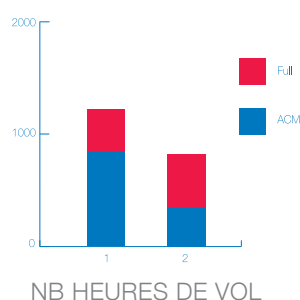
L'augmentation des recettes, en regard de la diminution du nombre d'heures de vol réalisées en 2015, est expliquée par un recul de l'activité en ACMI³ (- 63 %) au profit des vols en Full charter (+ 87 %).

³ACMI = Aircraft Crew Maintenance & Insurance : vols charter affrétés pour le compte d'autres compagnies aériennes pour lesquels 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...



948
Millions Fcfp
DE RECETTES
GÉNÉRÉES EN VOLS
CHARTER

(+ 3 % PAR RAPPORT À 2014)



ATN, acteur de développement touristique de la Polynésie



1. POLITIQUE PROMOTIONNELLE ET PUBLICITAIRE

Challenge commercial et promotionnel majeur de la Compagnie, le développement de la basse saison a vu ses budgets marketing quasiment doubler en 2015. Ainsi, 850 millions Fcfp (soit près de 4 millions US\$ supplémentaires par rapport à 2014) ont été alloués au développement des marchés US, Europe, Asie et Pacifique (Nouvelle-Zélande et Australie), associés aux gratuits en transport investies pour les opérations de sponsoring et de relations publiques (représentant une enveloppe valorisée à près de 400 millions Fcfp), soit un **budget global de 12 millions US\$**.

Les efforts de promotion en basse saison ont fait appel à **plusieurs types de campagnes déclinées sur les marchés en fonction des priorités stratégiques**. Elles comprennent entre autres : les campagnes en coopération avec les réseaux de distribution de type « Paradis Cachés » sur le marché US, ou la campagne « Pensions de famille » en France métropolitaine, mais également les offres tactiques « *short stay* », « *early bird* » et « *stop over* », ou les offres spéciales familles et lune de miel.

Pierre angulaire de l'effort global de promotion de la destination, Air Tahiti Nui se positionne comme le **premier partenaire de l'industrie touristique polynésienne**

tant auprès des partenaires locaux, comme les hôteliers ou notre office du tourisme, qu'auprès des distributeurs sur les marchés (tour-opérateurs et agents de voyage).

MEILLEURE COMPAGNIE DU PACIFIQUE SUD EN 2015

Sur l'année, **les marchés Europe, Nouvelle-Zélande et Asie s'inscrivent en nette progression**. Sur le marché japonais, la campagne « *Tahiti Heart* » a été particulièrement visible dès le mois de mai dans la capitale de Tokyo. En Europe, intégrées aux nombreuses actions promotionnelles qui émaillent le programme annuel (soutien à la course Vendée Va'a pour la 3^e année consécutive pour contribuer au développement de la pratique de ce sport polynésien en France et permettre aux meilleurs rameurs européens de participer à la Hawaiki Nui Va'a ; partenariat Miss France qui a permis à toutes les prétendantes de connaître la Polynésie ainsi qu'à 8 millions de téléspectateurs de TF1 de découvrir la beauté de nos îles ; et bien d'autres...), des actions ponctuelles ciblées à destination des distributeurs (TO et agences de voyage) permettent également de dynamiser les ventes sur la Polynésie et d'augmenter nos parts de marché face à des destinations concurrentes.



Miss Tahiti : © SIPA / MISS FRANCE

Ainsi, le « Challenge Air Tahiti Nui⁴ » destiné aux agences de voyage dénombre 800 inscrits depuis son lancement en 2014.

Ce programme d'actions marketing est associé à une **politique sponsoring ambitieuse** qui allie aux efforts de la Compagnie de grands événements sportifs tels que la Billabong Pro, la Ronde Tahitienne, le Waterman Tahiti Tour, le Bora Bora Liquid Festival ou la XTerra Tahiti.

Les résultats sur le marché US sont plus mitigés sur 2015. Néanmoins la réputation grandissante de la Compagnie et l'exemplarité du personnel, tant au niveau du service et de la sécurité que de la qualité de l'expérience en vol, lui ont permis de décrocher, pour la deuxième fois en trois ans, le prix de « **Meilleure compagnie du Pacifique sud 2015** », plaçant Air Tahiti Nui à la place de leader des transporteurs aériens desservant la Polynésie française et le Pacifique sud auprès des lecteurs du magazine *Global Traveler* qui décernent la distinction.

⁴<http://www.airtahitiniuchallenge.fr>

AIR TAHITI NUI DONNE DES AILES À NOS TALENTS

Depuis Tahiti, les Ambassadeurs de la Compagnie font toujours parler d'eux. Une grande campagne à leur effigie a été lancée au mois de juin, avec en tête d'affiche Hinarere Taputu (Miss Tahiti 2014 et première dauphine de Miss France 2015), Michel Bourez (surfeur professionnel), Loïc Mevel (semi marathonien junior de talent), le groupe Pepena ou encore le Chef Teheiuira. En parallèle, des films promotionnels de la campagne ont été diffusés sur les médias locaux et sur les sites Internet et pages Facebook de toutes nos régions.

Trois mois de cette année (de juillet à octobre) ont également été consacrés à une exposition d'envergure baptisée *Tahiti Nui Explorers* au Musée de Tahiti et des Îles – le volet culturel de notre programme Ambassadeurs – consacrée à la navigation ancestrale. Cet événement est né de la double ambition du photographe Danee Hazama, passionné de navigation et acteur de l'aventure *Faafaita* (qui a consisté en la construction d'une pirogue double trans-

océanique dont le nom signifie « réconcilier, rétablir le lien », symbole du lien qui unit dans le temps et l'espace les peuples du Pacifique), et de ses partenaires, Air Tahiti Nui et le GIE Tahiti Tourisme, soucieux de valoriser cette composante essentielle du patrimoine culturel polynésien.

Enfin, 2015 est aussi la première année d'activité complète de la nouvelle plateforme Web Air Tahiti Nui, lancée fin 2014 à travers cinq sites régionaux (Polynésie, France, USA, Japon, Nouvelle-Zélande) en trois langues, et dotée d'une version *full responsive* qui offre une expérience en ligne agréable quel que soit le type de périphérique utilisé. S'inscrivant dans le cadre du lancement de ce nouveau site Internet, **la première plateforme de financement participatif** (*crowdfunding*) « jirai-a-tahiti.com », initiative novatrice dans le secteur du transport aérien et du tourisme, a également vu le jour en début d'année pour aider les voyageurs à réaliser leur rêve d'un voyage en Polynésie. Convivial et facile d'utilisation, le procédé mis au point permet de constituer une épargne (à utiliser sous deux ans) offerte par des tiers (carte cadeau en ligne ou constitution d'une cagnotte nominative) pour choisir un séjour complet en Polynésie (vols, hébergement, activités...).

Une version australienne du site Internet a aussi été mise en ligne au lancement de la nouvelle plateforme. Une version coréenne a suivi dans le courant de l'année, puis la version Royaume-Uni, fin 2015. Une version rafraîchie de la plateforme Web est attendue courant 2016 avec de nouvelles versions : chinoise, allemande, espagnole, italienne et brésilienne, actuellement en cours d'activation.



www.jirai-a-tahiti.com, la plateforme de financement participatif d'Air Tahiti Nui



Teddy Riner / M. Pokora / Lauro Nanaudou - © M. Mellone - ATN

2. PROGRAMME DE FIDÉLITÉ

Forte de ces innovations technologiques, la Compagnie continue à dynamiser son programme de fidélité. Le Club Tiare compte sur l'année **6 410 adhérents supplémentaires** : + 6 124 pour le programme de base Tahia, + 233 pour le programme Silver et + 53 pour la formule Gold. Au 31 décembre 2015, le programme dénombre **109 597 membres actifs** dont :

- > 230 entreprises affiliées au produit Corporate, regroupant 2 533 employés du territoire ;
- > 1 262 étudiants affiliés au produit Fenua Student.

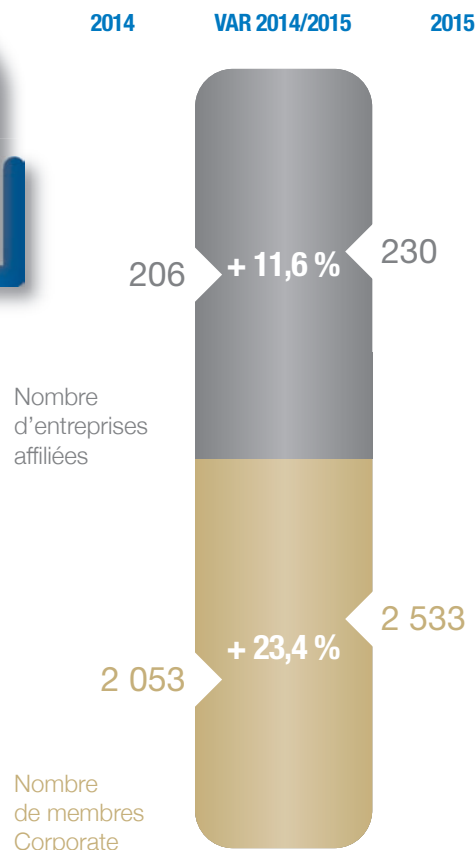
ClubTiare

ÉVOLUTION DU NOMBRE D'ADHÉRENTS AU PROGRAMME DE FIDÉLITÉ

	2013	2014	2015	VAR 2014/2015
Tahia	87 927	102 012	108 136	+ 6 %
Silver	1 085	929	1 162	+ 25 %
Gold	262	246	299	+ 21,5 %
TOTAL	89 264	103 187	109 597	+ 6,2 %

Sur l'année 2015, le produit Corporate s'est consolidé avec une **progression de 11,6 % des entreprises membres et de 23,4 % des voyageurs Corporate inscrits**.

Depuis 2014, le Club Tiare renforce ses partenariats avec des organismes à vocation culturelle, sportive et artistique, permettant à ses membres d'utiliser leurs miles sur de nombreux événements. Ainsi, en 2015, l'animation sur le marché local s'est intensifiée en offrant l'opportunité aux clients fidélisés de transformer leurs miles pour participer à des animations. 1,9 million de miles ont été utilisés pour 578 entrées aux pièces de théâtre, dîners, festivals, et autres concerts (Garou, Nolwenn Leroy, M. Pokora...) desquels la Compagnie était partenaire.



ÉVOLUTION DU NOMBRE DE MEMBRES DU PROGRAMME CORPORATE



3. POLITIQUE DE SATISFACTION CLIENTÈLE

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 des clients pour mieux répondre à leurs attentes.

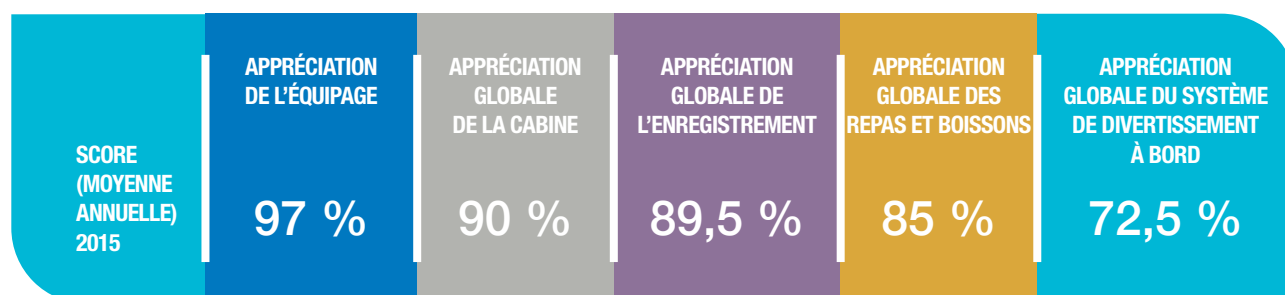
Au cours de l'année 2015, **7 784 clients** ont ainsi été interrogés.

Pour **93 % de satisfaction globale**, 96% de notre clientèle se déclare prête à recommander notre compagnie (soit 2 points d'amélioration par rapport à 2014).



) **Notre priorité :**
la satisfaction client.

Les points forts relevés par nos clients :



Si les appréciations pour les repas et boissons (*Food & Beverage*) et le divertissement à bord (*In-flight Entertainment*) affichent des moyennes plus faibles sur l'année, les actions menées courant 2015 ont permis de noter une nette progression sur les dernières vagues d'évaluation.

Ainsi, **l'appréciation des repas sur les routes Los Angeles et Tokyo a gagné 15 points d'amélioration** sur le quatrième semestre 2015 (passant de 74 % à 89 % de satisfaction). **De même pour le divertissement à bord qui a gagné 9 points**, passant de 70 % à 79 % de satisfaction globale, consécutivement à l'augmentation de l'offre de contenu (musique, films, documentaires...). A partir de décembre 2015, l'interface graphique des écrans a par ailleurs été mise à jour à bord de nos appareils.

Les retours encourageants de notre clientèle ont conforté la Compagnie dans la poursuite de ses actions d'amélioration : **un budget de 60 millions de Fcfp a été alloué aux actions 2016** visant notamment à étendre l'amélioration des prestations repas sur les routes CDG, AKL et PPT, et à poursuivre le développement de nouveaux produits, contribuant à l'amélioration globale de l'expérience client.

Dans cette même dynamique, la Compagnie a d'ailleurs rejoint l'année dernière le programme *Quality & Safety Alliance Inflight Services* (QSAI) mis en place par la société canadienne MEDINA, afin de garantir la sécurité et la qualité alimentaire des plateaux repas servis à bord. Pour faire suite à cette première initiative, un poste de chargé de sécurité et qualité alimentaire a aussi été ouvert en juin au sein d'Air Tahiti Nui.

Résultats financiers

1. BILAN ACTIF

ACTIF EN MILLIONS DE XPF	BRUT	PROV ET AMORT	NET	NET N-1	VARIATION	VARIATION %
Immobilisations incorporelles	240	162	79	77	2	2 %
Immobilisations corporelles	28 227	17 585	10 642	8 046	2 596	32 %
Immobilisations financières	2 950		2 950	2 684	266	10 %
TOTAL ACTIF IMMOBILISÉ	31 418	17 746	13 671	10 808	2 863	26 %
EN MILLIONS D'€	263	149	115	91	24	
Stocks	662		662	645	17	3 %
Créances clients	2 296	132	2 164	1 655	508	31 %
Autres créances	546	2	545	258	287	111 %
Disponibilités	14 572	3	14 569	11 601	2 968	26 %
Charges constatées d'avance	864		864	730	134	18 %
TOTAL ACTIF CIRCULANT	18 941	138	18 803	14 889	3 914	26 %
EN MILLIONS D'€	159	1	158	125	33	
Écart de conversion actif	43		43	48	- 5	- 10 %
TOTAL GÉNÉRAL	50 402	17 884	32 518	25 746	6 772	26 %
EN MILLIONS D'€	422	150	273	216	57	

ACTIF IMMOBILISÉ

Les principaux mouvements de l'exercice 2015 sont :

- > le paiement d'avances et acomptes suite à la commande de deux aéronefs BOEING type 787-9 pour un montant de 2 milliards de Fcfp ;
- > de nombreux événements de maintenance immobilisés (révisions moteur, visite 6 ans, visite C) pour un montant de 2,4 milliards de Fcfp ;
- > la rénovation de la cabine et de l'IFE du Nuku Hiva F-OLOV pour 585 M Fcfp ;
- > la reprise de la provision pour dépréciation pour les trois avions immobilisés à hauteur de 417 M Fcfp.

2. BILAN PASSIF

PASSIF EN MILLIONS DE XPF	2015	2014	VARIATION	VARIATION %
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	2 728	1 319	1 409	107 %
Résultat	4 825	2 020	2 804	139 %
Subvention d'investissement	761	938	-178	- 19 %
Provisions règlementées	369	164	204	124 %
CAPITAUX PROPRES	12 168	7 928	4 240	53 %
EN MILLIONS D'€	102	66	36	
PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES	1 311	1 035	276	27 %
EN MILLIONS D'€	11	9	2	
Dettes financières	3 292	2 622	669	26 %
Autres dettes	6 491	5 735	756	13 %
Produits constatés d'avance	8 735	7 624	1 111	15 %
TOTAL DETTES	18 518	15 981	2 536	16 %
EN MILLIONS D'€	155	134	21	
Écart de conversion passif	521	801	- 280	- 35 %
TOTAL GÉNÉRAL	32 518	25 746	6 772	26 %
EN MILLIONS D'€	273	216	57	

CAPITAUX PROPRES ET PROVISIONS

Les principaux mouvements de l'exercice 2015 sont :

- > l'affectation du résultat 2014 en report à nouveau à hauteur de 1 409 M Fcfp, le solde ayant été versé en dividendes ;
- > le résultat net de l'exercice 2015 à hauteur de 4 825 M Fcfp ;
- > la constitution d'une provision relative au redressement CPS concernant l'exercice 2015 pour un montant de 192 M Fcfp.



DETTES

Les principaux mouvements de l'exercice 2015 sont :

- > deux nouveaux emprunts bancaires à hauteur de 835 M Fcfp liés aux rénovations des cabines ;
- > l'augmentation des dettes fiscales due à l'impôt sur les sociétés et la contribution supplémentaire pour un montant total de 753 M Fcfp ;
- > l'augmentation des BENU* à hauteur de 550 M Fcfp en produits constatés d'avance.

* Billets émis non utilisés

3. COMPTE DE RÉSULTAT

COMPTE DE RÉSULTAT EN MILLIONS DE XPF	2015	2014	VARIATION	VARIATION %
Chiffre d'affaires	35 880	33 337	2 543	8 %
Reprises sur amortissements et provisions	356	362	- 6	- 2 %
Autres produits	30	13	17	131 %
TOTAL DES PRODUITS D'EXPLOITATION	36 266	33 712	2 554	8 %
EN MILLIONS D'€	304	283	21	
Achats de marchandises et autres approvisionnements	8 875	11 302	- 2 427	- 21 %
Prestations et sous-traitances externes	11 922	10 587	1 335	13 %
Impôts et taxes	104	41	63	155 %
Frais de personnel	6 919	6 420	499	8 %
Dotations aux amortissements et provisions	2 473	1 442	1 031	72 %
Dotations aux provisions sur actif circulant	47	11	36	325 %
Dotations aux provisions pour risques et charges	448	696	- 248	- 36 %
Autres charges	1 141	1 081	60	6 %
TOTAL DES CHARGES D'EXPLOITATION	31 930	31 580	350	1 %
EN MILLIONS D'€	268	265	3	
Résultat d'exploitation	4 336	2 131	2 205	103 %
Résultat financier	501	2 699	- 2 198	- 81 %
Résultat exceptionnel	746	- 2 806	3 552	127 %
Impôt sur les sociétés et contributions supplémentaires	- 757	- 4	- 753	- 18 825 %
RÉSULTAT NET	4 825	2 020	2 805	139 %
EN MILLIONS D'€	40	17	24	

Les produits d'exploitation s'élèvent à 36,3 milliards de Fcfp contre 33,7 milliards de Fcfp en 2014, soit une hausse de 8 % en accord avec la hausse de l'activité et des devises.

Les charges d'exploitation sont en légère hausse de 350 M Fcfp due en partie aux effets cumulés suivants :

- une baisse de 2,5 milliards de Fcfp de la facture carburant ;
- un impact hausse de la devise USD sur les autres achats et charges externes ;
- un effet nouveau plan comptable cumulé avec une année pleine sur les avions SEA & SUN rentrés à l'actif en fin d'année 2014 pour les dotations.

Le résultat financier à hauteur de 501 M Fcfp est composé principalement de gains de change.

Le résultat exceptionnel de 746 M Fcfp est dû principalement à :

- un gain de 362 M Fcfp lié aux billets non utilisés depuis plus d'un an ;
- une reprise nette de provision pour dépréciation des avions à hauteur de 417 M Fcfp.

La société doit s'acquitter au titre de l'exercice 2015 d'un impôt sur les sociétés et d'une contribution supplémentaire pour les montants respectifs de 413 M Fcfp et 344 M Fcfp.



Perspectives 2016



© ATN

Cette année 2015 a été marquée par le démarrage de projets d'envergure qui dessinent de façon réfléchie et ambitieuse l'avenir de la Compagnie pour les prochaines années.

Après la phase de décision de lancement des dossiers, vient celle de la préparation, et pour certains projets, de l'exécution, en cohérence avec les orientations stratégiques définies il y a maintenant deux ans, visant à engager un plan de transformation de la Compagnie.

Le renouvellement de la flotte par les *Dreamliner* de Boeing et la migration de notre système de réservation, enregistrement et embarquement (*Passenger Service System*) vers les solutions d'Amadeus – avec un lancement officiel de la nouvelle plateforme prévu au mois de novembre – sont les deux chantiers qui s'inscriront en toile de fond de chacune des actions et décisions de la Compagnie durant l'année à venir.

En vue des grandes mutations au niveau de l'exploitation, les équipes techniques participeront au choix primordial du moteur de nos 787 et à la configuration des cabines de nos futurs avions (sélection d'éléments d'importance tels que les sièges, le système de divertissement à bord...). Le mois de juin marquera la date officielle de lancement de la gestion conjointe de la transition avec Boeing.

Sur le volet commercial, les actions se concentreront sur l'optimisation du réseau existant avec un point d'attention sur les croisiéristes et les potentiels de croissance en basse et moyenne saison, notamment par le développement de produits moins classiques que les offres *honeymooners*, tels que des produits *mono-stay* et famille, et un ciblage sur les îles moins connues et les pensions de famille.

Si le développement de la basse saison reste l'élément fondamental de la progression de notre activité, elle va de pair avec l'optimisation des potentiels d'évolution sur les marchés secondaires tel que la Chine ou la Corée, et les perspectives de développement commercial sur des marchés émergents grâce, notamment, à la structuration de nos alliances et partenariats.

La construction du nouveau siège social d'Air Tahiti Nui s'inscrit elle aussi parmi les travaux initiés en 2015 qui témoignent du développement stratégique de la Compagnie aussi bien que de son implication organisationnelle dans l'amélioration continue et l'optimisation de ses processus opérationnels.

La transformation de notre Compagnie est en marche ; nous nous attacherons, sur l'année à venir, à mener à bien ces projets d'entreprise déterminants, pour continuer à obtenir de si bons résultats et assurer à Air Tahiti Nui un avenir durable et rentable.

Rendez-vous en 2016 !

To Tatou Manureva, le voyage continue.



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



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