



RAPPORT D'ACTIVITÉ

2016



Sommaire

CHIFFRES CLÉS ET ÉVÈNEMENTS MARQUANTS DE 2016	04
STATUT ET CAPITAL	05
RESSOURCES HUMAINES	06
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 2017	35

© gregoirelabacon.com

Édito



© B. Lai Ah Che - ATN

Fort de trois dernières années qui ont enregistré une croissance de l'activité et du chiffre d'affaires ayant atteint leur record historique en 2015 avec respectivement + 3 % et + 8 % d'augmentation, Air Tahiti Nui a pu célébrer sereinement cette année ses 18 ans d'existence.

Ce passage à la majorité a consacré le travail de nos équipes, et rendu hommage aux pionniers de cette aventure qui ont façonné au jour le jour leur propre vision de l'entreprise, partageant des valeurs de professionnalisme, d'exigence, et d'amour du travail bien fait, pour réussir à faire de *To Tatou Manureva*, une compagnie aérienne aujourd'hui reconnue sur la scène internationale.

Cette année, le renforcement de notre organisation par la finalisation du recrutement CODIR avec l'arrivée de nos directeurs de l'exploitation et du commercial nous a donné les moyens d'amorcer dans de bonnes conditions le travail de préparation de l'arrivée de nos futurs avions ; cette étape de configuration de la nouvelle flotte se veut stratégique pour améliorer le produit délivré à nos clients et nous offrir les moyens de rester compétitifs en leur apportant une expérience unique.

En parallèle, la mise en place du schéma directeur des systèmes d'information s'est axée sur la digitalisation des expériences client et employé (optimisation du site Web, bureautique collaborative, équipements pour favoriser la mobilité...), visant à les enrichir. Ainsi, la migration réussie de notre système de réservation, enregistrement et embarquement vers les solutions d'Amadeus va nous permettre de valoriser prochainement les opportunités offertes par la nouvelle plateforme et de prendre en main les actions commerciales et marketing pour optimiser notre réseau et notre efficacité commerciale.

L'année passée a également vu monter en puissance la dimension RSE de notre Compagnie, qui en fait à l'heure actuelle l'une des sociétés les plus avancées en la matière sur le Territoire. Poursuivant la même dynamique d'amélioration continue, la cellule de contrôle interne a développé ses premières missions d'audit.

La concrétisation des efforts de rentabilité combinée à une évolution vers une culture de gestion a permis de dégager sur 2016 un résultat net partagé avec l'ensemble des employés au travers du versement d'une prime d'intéressement, une grande première pour Air Tahiti Nui.

L'année à venir sera évidemment consacrée en grande majorité à la préparation de l'entrée en service de nos futurs avions, programmée à compter d'octobre 2018, et à la finalisation du projet de rafraîchissement de la marque Air Tahiti Nui. A l'instar du chantier du siège social, il verra son aboutissement à l'arrivée de nos Boeing 787-9, coïncidant, en gage de maturité, avec les 20 ans de notre Compagnie.

En attendant de fêter à vos côtés cet anniversaire symbolique, je vous laisse découvrir dans les pages qui suivent les chiffres clés de l'année écoulée ainsi que les principales transformations menées au sein de la Compagnie.

Je profite également de ces quelques lignes pour vous adresser ma plus sincère reconnaissance pour votre confiance en notre avenir commun.

Au plaisir de vous accueillir prochainement sur nos lignes, Maūru'uru.

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

Chiffres clés et événements marquants de 2016



480 085 PASSAGERS TRANSPORTÉS
+ 1,45 % par rapport à 2015

18 896 HEURES DE VOL

pour 1623 vols



9 005 TONNES DE FRET TRANSPORTÉ
pour 2,8 milliards Fcfp de recettes



784 COLLABORATEURS
(dont 398 personnels navigants)
+ 5,2 % par rapport à 2015



76,8 MILLIONS DE FCFP CONSACRÉS À LA FORMATION PROFESSIONNELLE
+ 8,3 % par rapport à 2015

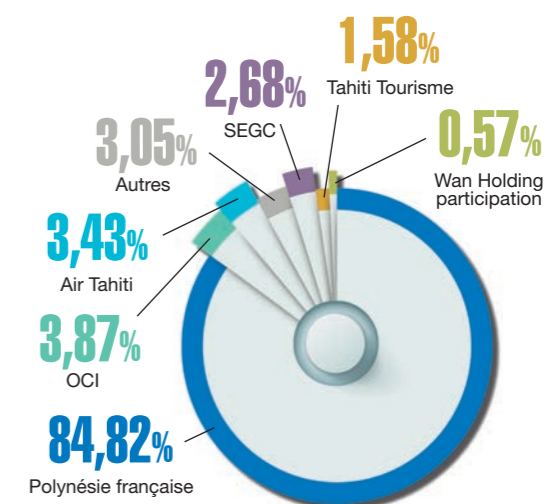


Statut et capital

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 31/12/2016

2. LISTE DES ADMINISTRATEURS

En tant que société anonyme d'économie mixte (SAEM), la compagnie ATN dispose d'un conseil d'administration composé de 15 membres, répartis comme suit au 31 décembre 2016 :

ADMINISTRATEURS PUBLICS REPRÉSENTANT LE PAYS ET NOMMÉS EN CONSEIL DES MINISTRES

- > **Monsieur Teva ROHFRIJSCH**,
Vice-président, ministre de l'économie, en charge des grands projets d'investissement et des réformes économiques
- > **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**,
Ministre des finances, de l'énergie et des mines
- > **Monsieur Marcel TUIHANI**,
Président de l'Assemblée de la Polynésie française (en remplacement depuis juin 2016 de madame Teura IRITI, représentante 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

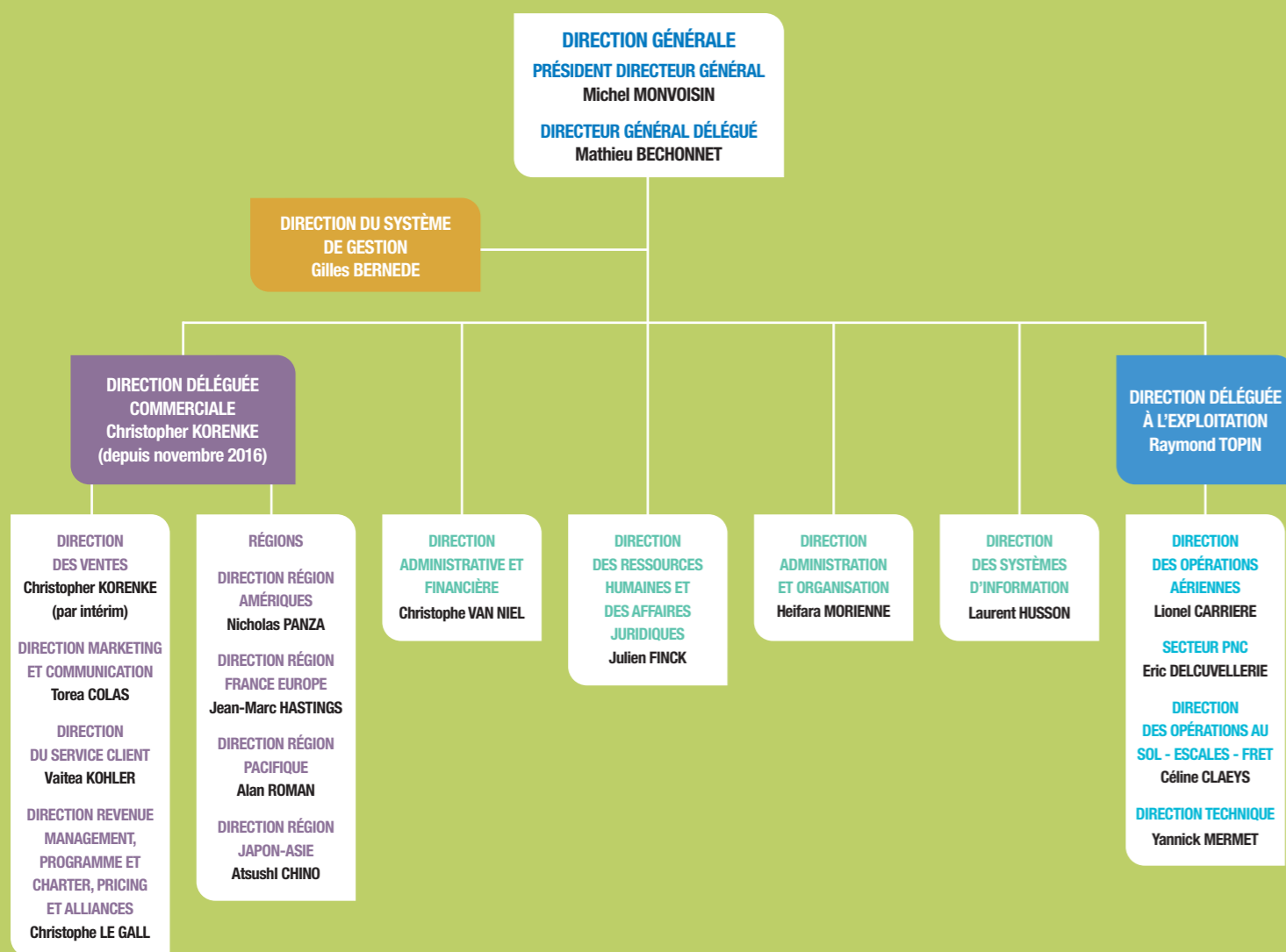
- > **Monsieur James ESTALL**,
Président de la SAS Océanienne de Capital Investissement (OCI)
- > **Monsieur Joël ALLAIN**,
Représentant Air Tahiti
- > **Monsieur Vincent LAW**,
1^{er} Vice-président du CA ATN, représentant la Société d'Etudes et de Gestion Commerciale (SEGC)
- > **Monsieur Robert WAN**,
Gérant de la société civile Wan Holding Participation
- > **Monsieur Yves BUHAGIAR**,
Représentant la Financière Hôtelière Polynésienne
- > **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**.

Ressources humaines

1. ORGANIGRAMME COMPAGNIE

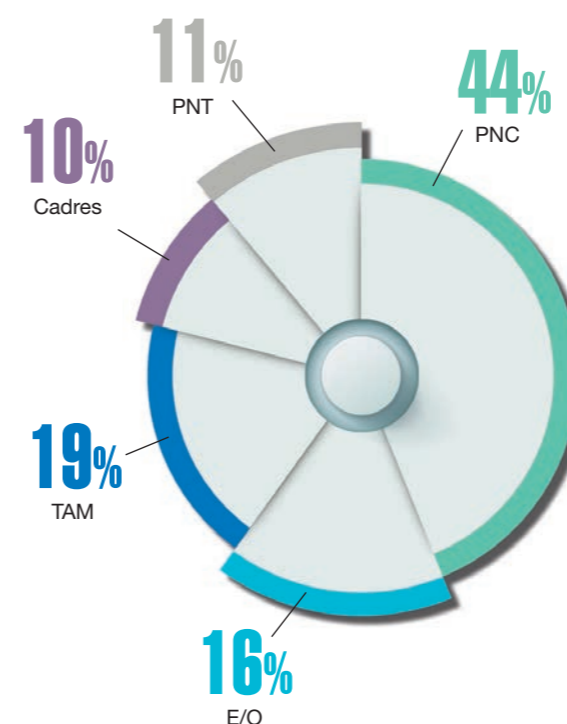


Les membres du Comité de Direction d'Air Tahiti Nui en 2016. De gauche à droite : Gilles BERNEDE, Céline CLAEYS, Yannick MERMET, Lionel CARRIERE, Christophe LE GALL, Torea COLAS, Julien FINCK, Heifara MORIENNE, Eric DELCUVELLERIE, Laurent HUSSON, Michel MONVOISIN, Mathieu BECHONNET, Vaitea KOHLER, Raymond TOPIN, Christophe VAN NIEL.

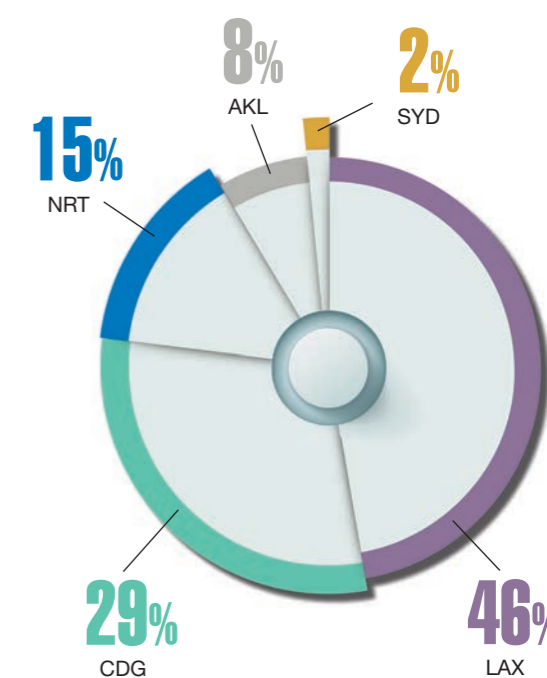
2. RÉPARTITION DU CAPITAL HUMAIN

Au 31 décembre 2016, les effectifs de la Compagnie s'établissent à **784 collaborateurs** (contre 745 au 31 décembre 2015), répartis entre les personnels au sol à Tahiti (321), les personnels navigants (398 ; dont 318 personnels commerciaux et 80 personnels techniques), et les agents des bureaux et escales extérieures (65).

RÉPARTITION DES EFFECTIFS DE POLYNÉSIE FRANÇAISE PAR CATÉGORIES PROFESSIONNELLES



RÉPARTITION DES EFFECTIFS DES STATIONS EXTÉRIEURES



Source : bilan social 2016 ATN

RÉPARTITION DES EFFECTIFS AIR TAHITI NUI PAR GENRE

EFFECTIFS	RÉPARTITION 2014		RÉPARTITION 2015		RÉPARTITION 2016	
	2014	2014 EN %	2015	2015 EN %	2016	2016 EN %
Hommes	349	48,3 %	361	48,5 %	379	48,3 %
Femmes	374	51,7 %	384	51,5 %	405	51,7 %
TOTAL	723	100 %	745	100 %	784	100 %

Source : bilans sociaux ATN

3. ÉVOLUTION DES EFFECTIFS

L'année 2016 a vu ses effectifs se renforcer grâce à 63 nouvelles embauches extérieures (+ 22 personnes en CDI) à l'exploitation, au commercial, et dans les fonctions support.

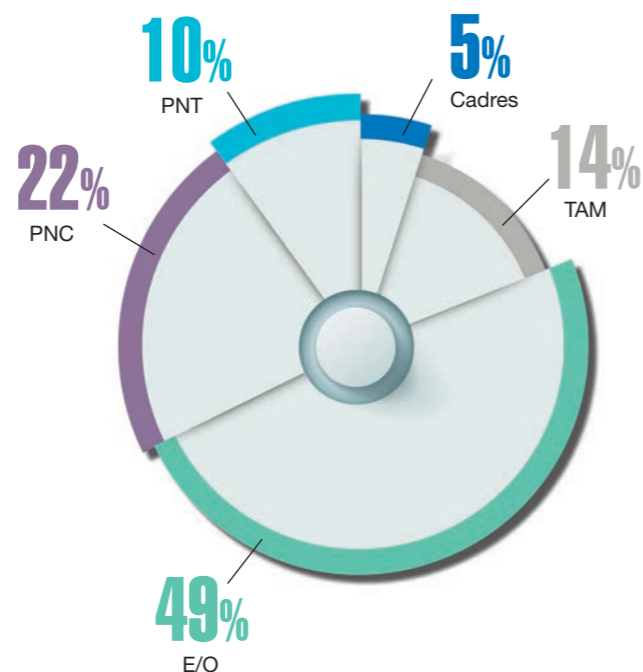
On note l'arrivée de quatre commandants de bord (promotions internes) et six OPL (recrutements externes), venus renforcer les rangs des effectifs techniques pour pouvoir répondre particulièrement aux obligations réglementaires en application depuis le mois de février (limitation de temps de vol et de repos équipages - *Flight Time Limitation*).

Quatre postes ont aussi été créés en fin d'année suite à l'ouverture de l'*Airport Ticket Office* (comptoir Air Tahiti Nui à l'aéroport), au lendemain de la migration sur Amadeus.

27 CDD ont rejoint ATN, dont une majorité en renfort des équipes suite au changement du système de réservation, auxquels s'ajoutent 14 PNC saisonniers, embauchés pour répondre à la hausse d'activité sur la haute saison.

La parité est quasiment respectée au sein de la Compagnie.

NOMBRE D'EMBAUCHES EN 2016 PAR CATÉGORIES PROFESSIONNELLES (CDI & CDD CONFONDUS)



4. INDICATEURS POLYNÉSIE

CONTRATS DE TRAVAIL

- > 39 départs (dont 9 démissions)
- > 692 salariés sous statut CDI
- > 41 salariés en CDD
- > 307 salariés avancés

ABSENTÉISME

- > 28 accidents de travail
- > 1 280 jours de maternité
- > 10 265 jours d'arrêt maladie (soit une moyenne de 14 jours calendaires par employé)

5. MASSE SALARIALE GLOBALE

Sur 2016, la masse salariale s'élève de manière exceptionnelle à **7,630 milliards de Fcfp**, dont 2,224 milliards de charges sociales (cotisations patronales). Cette variation à la hausse s'explique notamment par le versement de primes exceptionnelles au vu des résultats bénéficiaires de 2015 pour un montant global de 418 millions Fcfp.

D'autre part, une provision liée à l'intéressement a également été comptabilisée sur l'exercice 2016 pour un montant de **135 millions de Fcfp**, soit 6 % du résultat net.

76,8 MILLIONS FCFP
CONSCRÉS À LA FORMATION
(+ 8,3 % PAR RAPPORT À 2015)

6. FORMATION PROFESSIONNELLE

Sur 2016, la Direction des Ressources Humaines a poursuivi son plan de formation et voit ses indicateurs augmenter avec **586 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 **20,6 millions Fcfp** (contre 16,8 M Fcfp en 2015, soit une augmentation de 22,6 %).

Les formations au personnel dans le cadre de la migration du système de réservation de Sabre à Amadeus ont cumulé près de 800 jours homme. Des sessions de formation des *business developers* ont notamment été programmées à Bangkok, Nice, et Londres dès le mois de février.

Depuis le début de l'année, la direction assure par ailleurs la **centralisation du suivi de l'ensemble des formations réglementaires du personnel sol** de la Compagnie, jusque-là gérées par les différents services eux-mêmes. Sur cette partie, **495 personnes ont été accompagnées** dans le maintien de leurs compétences.

56,2 millions Fcfp ont par ailleurs été attribués à la formation réglementaire des personnels navigants (contre 54,1 M Fcfp en 2015, soit une hausse de 3,8 %).

La démarche qualité de l'organisation

De nombreux travaux initiés l'année dernière témoignent du développement stratégique d'Air Tahiti Nui aussi bien que de son implication organisationnelle dans l'amélioration continue et l'optimisation de ses processus opérationnels. Parmi eux, la migration du système d'information commercial vers les solutions Amadeus et la construction du nouveau siège social attestent de la transformation de la Compagnie initiée pour lui assurer un avenir durable et rentable.

Mises en place courant 2015 au sein de l'organisation, les cellules de contrôle interne et de responsabilité sociétale de l'entreprise poursuivent également, chacune dans leur domaine d'expertise respectif, une démarche qualitative visant à s'assurer de la fiabilité des actions et systèmes instaurés chez Air Tahiti Nui et à garantir leur pérennité.

1. CHANGEMENT DU PSS DE LA COMPAGNIE

Près de 18 ans jour pour jour après la première réservation Air Tahiti Nui (le 05 novembre 1998), l'émission du premier billet Amadeus a marqué le lancement officiel du nouveau *Passenger Service System* (PSS - système de gestion des passagers) de la Compagnie.

En août 2015, la solution Altéa du fournisseur Amadeus avait été choisie et validée en conseil d'administration en remplacement de l'ancien système sous Sabre, pour offrir des produits et services en avance par rapport à ceux de son concurrent. Pour accompagner le renouvellement de la flotte de la Compagnie, il était nécessaire de mettre en place le système informatique le plus perfectionné permettant d'optimiser l'efficacité des opérations. Ce changement de philosophie opéré au cœur d'Air Tahiti Nui vise également à améliorer l'expérience client, la rendant plus agréable et confortable, grâce à une nouvelle gamme de solutions techniques de pointe. Après 18 ans d'exercice, la mise en place du nouveau système a permis de revoir certaines fonctionnalités et de mettre à plat les procédures internes, facilitant une remise en question et en perspective du fonctionnement de la Compagnie pour les prochaines années, plus adapté aux nouvelles perspectives offertes en particulier par le changement de flotte.

La nouvelle plateforme facilite ainsi depuis le mois de novembre 2016 l'implémentation de nouveautés au niveau commercial, répondant aux exigences d'amélioration de qualité et de service au client affichées par Air Tahiti Nui.

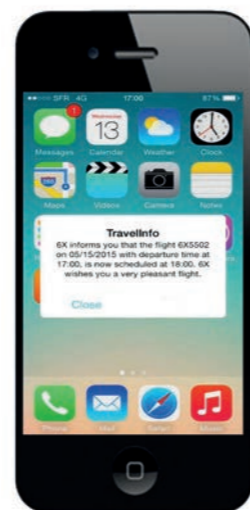
UNE MIGRATION EN DEUX PHASES

La première partie de la migration du système a consisté à s'assurer d'offrir aux clients un service équivalent à celui qui existait jusqu'alors sous SABRE : réservation en ligne, possibilité d'enregistrer ses bagages de bout en bout sur un trajet avec connexion sur une compagnie partenaire, etc.

Un certain nombre de services dits basiques sont ainsi assurés depuis le *cut-over* Amadeus du 9 novembre 2016, correspondant au *Day 1* de la migration.

La deuxième phase de la migration, *Day 2*, consistera à implémenter de nouveaux services. Elle débutera en 2017 et permettra successivement :

> d'informer le passager en temps réel, par email ou SMS, de tout événement majeur survenu ou à venir sur son vol et de toute modification liée à son voyage (échéance à juin 2017 — des notifications pouvant être envoyées grâce au système *Amadeus Automated Customer Contact* dans le cas d'aléas : retard/annulation de vol/changement d'horaire/de porte d'embar-



quement, etc.). Le passager pourra également recevoir des propositions de services supplémentaires ou une invitation au programme de fidélité Air Tahiti Nui, l'outil permettant de maintenir une communication entre la Compagnie et le passager tout au long de son voyage, avec mise à jour automatique des informations ;

> l'enregistrement en ligne grâce au *self service check-in* (d'ici octobre 2017).

Entre autres importantes innovations, il sera aussi par exemple possible de bloquer pour quelques jours sa réservation — garantissant ainsi de conserver le tarif trouvé lors de la recherche.

En offrant de nouveaux services à ses passagers, Air Tahiti Nui espère fidéliser sa clientèle en même temps qu'elle gagnera des parts de marché ; une combinaison prérequis pour tout développement de nouveaux accords et partenariats dans l'optique d'exploiter de nouvelles routes.

2. LE NOUVEAU SIÈGE SOCIAL AIR TAHITI NUI

Le 16 novembre 2015, le projet de construction du futur siège social d'ATN en partenariat avec l'Office des Postes et des Télécommunications a été officiellement lancé. La cérémonie inaugurale de la pose de la première pierre des fondations de l'édifice a marqué l'ancrage du développement de notre Compagnie dans un paysage économique rasséréné, permettant d'amorcer sereinement des changements d'envergure à long terme.

A travers ce bâtiment, 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 nouveau siège sera par ailleurs la vitrine de l'engagement sociétal de la Compagnie : il s'inscrit pleinement dans la philosophie d'écoresponsabilité partagée par l'ensemble des collaborateurs.

4 136 m² des 14 046 m² de surface totale 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.

Le budget d'investissement du projet représente une enveloppe de 1,4 milliard Fcfp, hors aménagements intérieurs des locaux.

Les travaux de fondation de l'immeuble ont été réalisés en grande partie au cours de l'année. Ils se poursuivront sur 2017 avant que les travaux d'aménagement des surfaces ne démarrent, à compter du mois d'août. La livraison du nouveau siège social est prévue pour fin août 2018.



3. RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE DE L'ENTREPRISE

Depuis 2015, Air Tahiti Nui s'est volontairement engagée dans une démarche de responsabilité sociétale. En tant que transporteur aérien, la Compagnie attache une importance prioritaire à garantir la sécurité et la santé de ses passagers, en préservant les hauts standards de sécurité de son exploitation.

Porte drapeau de la destination Tahiti à l'international, elle poursuit ses efforts de transformation interne afin de pérenniser la rentabilité de son activité et ainsi renforcer sa contribution au développement économique et social du Pays.

Consciente par ailleurs des défis du changement climatique, elle a pour ambition de contribuer activement à la préservation de l'environnement en Polynésie, territoire particulièrement exposé à ses effets.

QUATRE AXES MAJEURS POUR RÉPONDRE AUX DÉFIS DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

La démarche d'ATN s'appuie sur la norme ISO 26 000, une référence internationale pour les entreprises en matière de responsabilité sociétale. La Compagnie a de ce fait confronté ses pratiques professionnelles aux 7 questions centrales de la norme afin de prioriser ses domaines d'amélioration, et ainsi défini 4 axes majeurs pour guider la mise en œuvre de sa politique RSE :

- > Exploitation responsable
- > Réduction de l'empreinte environnementale
- > Employeur responsable
- > Vecteur de développement

LES 4 PILIERS DE LA DÉMARCHE RSE D'AIR TAHITI NUI

**ACCOMPAGNER
LE DÉVELOPPEMENT DE
LA POLYNÉSIE FRANÇAISE**



**FAVORISER LA QUALITÉ DE
VIE AU TRAVAIL DE NOS
COLLABORATEURS**

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

**ÊTRE UN ACTEUR RESPECTUEUX
DE SON ENVIRONNEMENT
EN RÉDUISANT L'IMPACT
DE NOTRE ACTIVITÉ**

26,7
MILLIONS FCFP
DE SOUTIEN À DES
ASSOCIATIONS CARITATIVES
(+ 40,5 % PAR RAPPORT À 2015)

BILAN ET PERSPECTIVES 2016-2017

Impliqués activement sur les trois piliers du développement durable que sont l'environnement, le social, et le volet sociétal, les services et équipes d'Air Tahiti Nui ont contribué et soutenu de nombreuses actions en 2016.

> ENVIRONNEMENT

Dans la lignée de la réalisation de son premier bilan de gaz à effet de serre lancé en 2015, ATN a poursuivi sa démarche environnementale avec la mise en place d'un comité carbone chargé de mettre en œuvre et suivre sa politique de réduction de gaz à effet de serre.

En outre, diverses actions labellisées SERD (Semaine européenne de réduction des déchets – collectes de jouets et de livres en collaboration avec les associations Ohana et Te Autaa'e'a no Mataiea, vente exclusive de sacs réutilisables Green ID pour fruits et légumes...) ont complété le programme d'information et de sensibilisation aux éco-gestes dispensé auprès d'une centaine de collaborateurs basés à Papeete.



SUIVRE L'EFFICACITÉ CARBONE DES VOLS

S'inspirant des préconisations issues de son premier bilan carbone, le bureau d'études de la Direction des Opérations Aériennes s'est doté en juillet 2016 du logiciel SkyBreathe® Fuel Efficiency pour évaluer l'efficacité énergétique de ses vols. Le programme permet de monitorer la consommation carburant à travers des tableaux de bord synthétiques ou détaillés (par route, aéroport, type avion, etc.) et vise à promouvoir les meilleures pratiques auprès de chaque pilote en leur permettant de rejouer leur vol en 3D au travers de l'application iPad MyFuelCoachTM.

Lorsqu'on sait que le transport aérien est responsable de 2 % à 3 % des émissions de CO₂ au niveau mondial et que la consommation carburant représente 30 % à 40 % du budget d'une compagnie aérienne, on comprend qu'il est déterminant de disposer de solutions d'optimisation des consommations.

La démarche de *fuel management* a pour objet d'optimiser l'utilisation carburant des aéronefs afin de déterminer les ajustements nécessaires pour une meilleure performance économique.

Ce contrat de partenariat signé avec la société OpenAirlines va permettre à Air Tahiti Nui d'optimiser sa consommation carburant de 2 % à 5 %, en amont de l'arrivée des Boeing 787-9. Combinée à la nouvelle flotte, la solution permettra à la Compagnie de bénéficier de performances énergétiques exceptionnelles.

Cette avancée vient également en appui de la démarche qualité visée par l'ETOPS — la certification imposant des analyses fines des statistiques carburant par route.



> VOLET SOCIAL

Suite à la signature fin 2015 de la charte « Entreprise active pour la santé de ses salariés », initiative pilote du Ministère de la santé destinée à fédérer les entreprises locales autour de la santé au travail, ATN a conduit un sondage interne sur les habitudes alimentaires et l'hygiène de vie de ses collaborateurs. De nombreuses attentes ont ainsi pu être identifiées et ont trouvé des réponses dans des actions menées au cours de l'année : journée ATN Fun Day dédiée au sport, participation au premier Tournoi inter-entreprises actives, etc. ; d'autres seront organisées en 2017 par les membres du comité santé.

Le projet de mise en place de prestations diététiques pour nos équipages, porté par la commission hygiène de vie et coaching du comité d'entreprise de la Compagnie, s'est par ailleurs concrétisé à partir du mois de juillet avec nos *catering* de Los Angeles et Papeete : grâce à un travail de fond mené avec une diététicienne et l'ensemble des personnels navigants commerciaux et techniques (PNC et PNT), de nouveaux menus « diet » (réduction des grammages, séparation des sauces, diversification des éléments nutritifs...) sont dorénavant proposés aux équipages sur ces deux routes. Le travail se poursuivra sur Paris, Narita, et Auckland en 2017.

Dans la continuité de ses efforts initiés pour une meilleure gouvernance (définition du socle des valeurs d'Air Tahiti Nui, réalisation de la Charte du manager), la Compagnie a par ailleurs validé la création d'un comité éthique afin d'encadrer les thématiques éthiques au sein de l'entreprise.



> VOLET SOCIÉTAL

Toujours mobilisée pour accompagner la population locale, ATN a renforcé son engagement au cours de l'année avec 26,7 millions Fcfp consacrés à des projets caritatifs (soit + 40,5 % par rapport à 2015) ou en soutien à des associations locales (sociales et environnementales). Elle a notamment offert en fin d'année un baptême de l'air à 260 jeunes issus des quartiers prioritaires de Tahiti. C'était la deuxième fois qu'un vol caritatif de ce genre était organisé. Le premier « Voyage du cœur » avait été opéré en 2003, à l'initiative du père-fondateur d'Air Tahiti Nui, Monsieur Nelson Lévy, à l'occasion de l'arrivée de deux nouveaux Airbus, célébrant également les cinq premières années d'exploitation d'ATN.

Une projection solidaire à l'occasion de la sortie du blockbuster 2016 de Disney, « Vaiana, la légende du bout du monde », a également été organisée au mois de novembre en faveur de 600 personnes, principalement des familles et enfants issus des quartiers défavorisés de Tahiti.

Membre co-fondateur de 3 réseaux d'entreprises en Polynésie

En parallèle du club des Entreprises polynésiennes écoresponsables (EPEP) et du réseau « Entreprises actives pour la santé de ses salariés », tous deux fondés en 2015, c'est à la création d'un nouveau groupement d'entreprises locales engagées sur le volet sociétal par le biais de la Fondation agir contre l'exclusion (FACE) qu'ATN a apporté son soutien au cours de l'année.

Ces réseaux sont l'opportunité pour leurs membres de partager des bonnes pratiques et d'unir leurs efforts dans

le but de développer des programmes d'actions écoresponsables et solidaires.

Au mois de septembre, ATN a pu contribuer au projet de conférence publique sur la RSE, porté au sein du club EPEP avec le soutien de la CCISM et du fonds paritaire de gestion, et mettre sur pied une formation professionnelle à destination de 13 responsables qualité sécurité environnement/développement durable du Territoire pour la réalisation de rapports de développement durable selon les normes GRI (*Global Reporting Initiative*) grâce à la venue d'un expert certifié AFNOR.

4. LE CONTRÔLE INTERNE

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.

Sur sa première année de mise en place, la cellule de contrôle interne a eu pour mission de :

- > développer le dispositif de contrôle interne, promouvoir et piloter sa mise en œuvre au sein de la Compagnie avec entre autres : la définition de l'organisation du dispositif (charte, processus de pilotage, responsabilité des différents acteurs), l'accompagnement à la culture du contrôle interne, et la préparation de communications internes permettant de sensibiliser les employés puis d'instaurer et développer la culture au sein de la Compagnie ;
- > 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.

Un comité de contrôle interne créé au cours de l'année (composé des président directeur général, directeur général délégué, directeur administratif et financier, 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 par ailleurs 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. Il se tient *a minima* trimestriellement pour examiner les rapports d'audit, valider les recommandations, et veiller à leur mise en œuvre.

Les missions réalisées sur 2016

La réalisation d'audits internes vise aussi à s'assurer de l'efficacité des systèmes de gestion des risques et de contrôle interne. L'audit permet :

- > de réaliser des contrôles périodiques de traitement d'opérations, mesurant le niveau des risques effectivement encourus, tout en observant le respect des procédures, de l'efficacité et du caractère approprié des dispositifs en vigueur ;
- > de vérifier 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 ;
- > de mesurer l'adéquation ainsi que l'efficacité des procédures d'évaluation et de gestion des risques, et de formuler des recommandations pour apporter des améliorations, renforcer, sécuriser, organiser les services en fonction des risques auxquels ils sont exposés.

Des missions transversales opérées au sein des directions tendent à corriger ou à parfaire des méthodes et à favoriser de meilleurs fonctionnements. Des missions spéciales sont également déclenchées à la suite de la découverte d'une malversation, d'une opération suspecte, d'une anomalie décelée lors d'un contrôle ou suite à une réclamation, afin d'établir les faits, déterminer les responsabilités, et éventuellement proposer des sanctions et mesures à prendre pour éviter leur renouvellement.

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.

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.0083, 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 procédera au 6^e 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.

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.

Au total, Air Tahiti Nui dessert 51 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 aux Etats-Unis** dessert quotidiennement, au départ de Los Angeles : 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, et Washington. Depuis le 22 décembre 2016, l'accord de *code-share* avec la compagnie américaine a été étendu, permettant d'ajouter quatre nouvelles destinations aux USA — Charlotte, Philadelphia, Portland, et Seattle, et une destination au Canada — Toronto.

> **Qantas, Air New Zealand, et Air Calin** (depuis le 29 mars 2015) rejoignent en Australie et dans le Pacifique Sud Auckland, Sydney, Melbourne, Brisbane, et Nouméa.

> **Air France** assure des liaisons vers Los Angeles et Paris (un accord d'échange de sièges entre PPT et LAX pour TN et CDG et LAX pour AF permet aux deux compagnies d'offrir plus de fréquences à leurs passagers en basse saison).

> **Korean Air** dessert Séoul en Asie.

En outre, dans le cadre du développement de la Compagnie sur ses marchés, **43 accords interline** sont conclus à ce jour avec d'autres transporteurs afin d'offrir aux clients un plus large choix de destinations.



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

3. PROGRAMME DE VOLS

FRÉQUENCE DE DESSERTES PAR ROUTE

	2014	2015		2016	
		BASSE SAISON	HAUTE SAISON	BASSE SAISON	HAUTE SAISON
Papeete - Paris via LAX	3/7 à 7/7	3/7 à 5/7	5 à 8 vols/sem.	2/7 à 5/7	5 à 9 vols/sem.
Papeete - Los Angeles	5/7 à 7/7	5/7	5 à 8 vols/sem.	5/7	5 à 8 vols/sem.
Papeete - Japon	2/7	2/7	2/7	2/7	2/7
Papeete - Auckland	3/7	3/7	3/7	3/7	3/7

NOMBRE ANNUEL DE VOLS PAR ROUTE

	2014	2015	VAR 2014/2015	2016	VAR 2015/2016
Papeete - Paris via LAX	468	492	+ 5 %	503	+ 2 %
Papeete - Los Angeles	631	605	- 4 %	597	- 1 %
Papeete - Japon	208	207	- 0,5 %	210	+ 1 %
Papeete - Auckland	316	312	- 1 %	313	+ 0,3 %
TOTAL	1 623	1 616	- 0,5 %	1 623	+ 0,4 %

FRÉQUENCE DE DESSERTES HEBDOMADAIRES PAR PARTENAIRE EN CODE-SHARE (1)

Air New Zealand (NZ)	PPT - AKL - PPT	X2 par semaine
Air France (AF)	LAX - CDG - LAX	X1 par semaine X2 par semaine en Février 2016
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 PPT - NOU - PPT	X2 par semaine X1 par semaine

(1) Hors American Airlines et SNCF qui opèrent des liaisons quotidiennes

4. PONCTUALITÉ

En 2016, ATN affiche une ponctualité en baisse sur l'ensemble de son réseau avec **79 % des vols partis à l'heure** ou dans les 15 minutes (- 7 % par rapport à 2015).

Les escales de LAX et CDG sont en retrait avec une ponctualité respective de 72 % et 67 % : l'aéroport de LAX souffre principalement d'un manque d'infrastructures adaptées face à une forte augmentation de la fréquentation ; quant à CDG, la problématique principale reste l'absorption des retards lors des transits.

La ponctualité au départ de Narita a chuté avec une valeur de 90 % (contre 97 % en 2015) ; le principal challenge de l'escale japonaise restant son adaptation à une clientèle chinoise croissante en transit.

Les performances d'Auckland continuent de s'améliorer avec **94%** (contre 91 % en 2015) malgré une fréquentation aéroportuaire en hausse qui crée un engorgement sur toute la chaîne d'exploitation.

La ponctualité de l'escale de PPT a légèrement baissé avec 86 % des vols partis à l'heure (contre 89 % l'année dernière).



5. LA FLOTTE AIR TAHITI NUI

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

- > 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.

La reconfiguration des cabines de nos Airbus A340-300 (modernisation de l'harmonie cabine et du système de divertissement audio-vidéo) s'est terminée en 2015, 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⁽¹⁾. Au début de

l'année, les efforts ont donc pu être concentrés sur la définition de nouveaux produits, à l'instar du nouvel *amenity kit* de notre classe Poerava Business, distribué à partir du mois de mars.

(1) Le 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.

6. SON RENOUVELLEMENT À L'HORIZON 2018

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 de l'année dernière, 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'échelonnent 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 permettront notamment une réduction de la consommation carburant, 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 à bord.

Les solutions de **Panasonic Avionics Corporation** ont été choisies au mois d'octobre 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.

L'année à venir sera consacrée à la finalisation de la configuration des futurs B787-9 et à la **préparation de l'entrée en service** des nouveaux appareils, les formations des personnels étant programmées pour débuter en 2018.

Confectionné à partir de matériaux recyclables (étui en paille de roseau, masque en coton organique — sans colorant, chaussettes en fibre de bambou et coton organique — sans colorant, brosse à dents en fécule de maïs...), ce nouveau kit répond désormais aux préoccupations écoresponsables formalisées à travers la démarche RSE de la Compagnie.



Signature à Tahiti le 21 novembre 2016 du choix de Panasonic pour la fourniture du système de divertissement et de connectivité des futurs B787-9 de la Compagnie, en présence de Kevin Cooper, Vice President for the Americas and Oceania regions of Panasonic Avionics Corporation, et Michel Monvoisin, PDG d'Air Tahiti Nui.

Trafics et résultats commerciaux

1. TRAFIC À DESTINATION DE TAHITI

TOTAL PASSAGERS TOUTES LIGNES



	NOMBRE DE PASSAGERS 2015	PARTS DE MARCHÉ	NOMBRE DE PASSAGERS 2016	PARTS DE MARCHÉ	VARIATION NOMBRE DE PASSAGERS 2015/2016
Air Tahiti Nui	381 483	66,9 %	395 682	66,5 %	+ 3,7 %
Air France	80 883	14,2 %	82 929	13,9 %	+ 2,5 %
Air New Zealand	44 798	7,9 %	48 852	8,2 %	+ 9,0 %
Hawaiian Airlines	26 586	4,7 %	24 328	4,1 %	- 8,5 %
Latam	16 913	2,9 %	22 856	3,8 %	+ 35,1 %
Air Calin	15 926	2,8 %	17 606	3,0 %	+ 10,5 %
Air Tahiti	3 233	0,6 %	3 103	0,5 %	- 4,0 %
TOTAL RÉGULIER	569 822	100 %	595 356	100 %	+ 4,5 %

Source : ADT

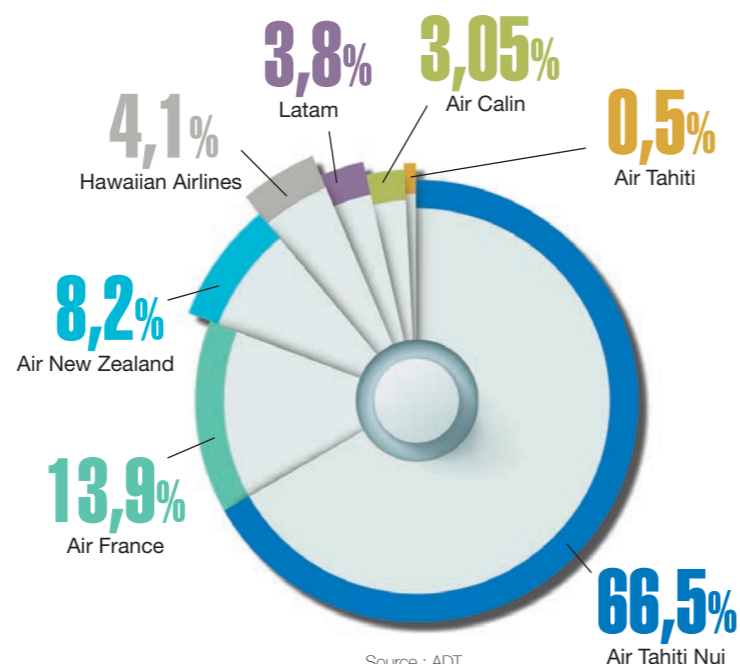
En 2016, le nombre total de passagers en partance et à destination de la Polynésie française est de **595 356**, soit une variation de **+ 4,5 % par rapport à 2015**.

Air Tahiti Nui a transporté **66,5 % du trafic international en 2016**, un résultat relativement stable par rapport à 2015.

Air France est le deuxième plus gros transporteur, avec **13,9 % de part du trafic**, en hausse de **2,5 % par rapport à 2015**.

Air New Zealand compte **8,2 % du trafic**, en croissance de **9,0 % par rapport à 2015**.

PARTS DE MARCHÉ PAR COMPAGNIE AÉRIENNE FLUX ARRIVÉES ET DÉPARTS



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

ÉVOLUTION DU NOMBRE DE PASSAGERS TRANSPORTÉS PAR ROUTE

ROUTES	2014	PASSAGERS 2015	2016	VAR 2015/2016
PAR via LAX	215 610	227 439	230 436	+ 1,3 %
LAX	144 337	140 182	138 936	- 0,9 %
AKL	60 521	63 074	65 599	+ 4,0 %
TYO	39 338	42 491	45 114	+ 6,2 %
TOTAL	459 806	473 186	480 085	+ 1,45 %

Source : Trafic - Mercator



ACTIVITÉ PASSAGERS PAYANTS PAR ROUTE

COEFFICIENT MOYEN DE REMPLISSAGE			RECETTES (EN MILLIONS Fcfp)			RECETTES/PKT (RECETTES PASSAGERS PAR KILOMÈTRE TRANSPORTÉ)		
2015	2016	VAR 2015/2016	2015	2016	VAR 2015/2016	2015	2016	VAR 2015/2016
77 %	76 %	- 0,5 %	31 603	31 950	1,1 %	9,4	9,4	- 0,2 %

Source : DAF ATN

En 2016, Air Tahiti Nui a transporté **480 085 passagers**, un chiffre en hausse de **1,45 % par rapport à 2015**. 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 **1 % par rapport à l'année dernière**.

Cette augmentation d'offre a été absorbée grâce à une bonne performance commerciale. En l'occurrence, **le coefficient moyen de remplissage a été maintenu à son niveau (+ de 75 %)**.

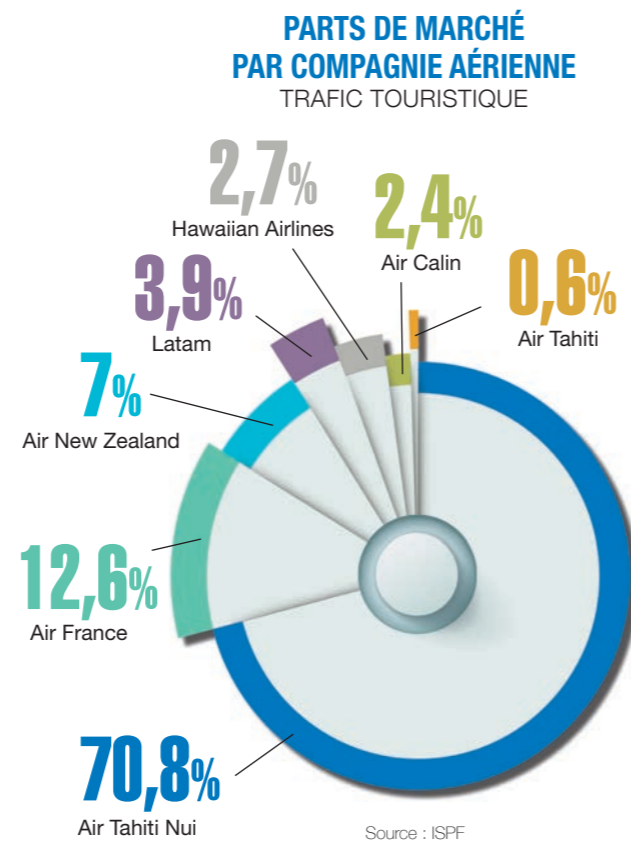
La Compagnie a généré en 2016 un **chiffre d'affaires de 31,9 milliards Fcfp** pour son trafic passagers. La recette unitaire (R/PKT) subit un léger recul de **0,2 %** suite à un renforcement de la concurrence sur certaines routes, et à un marché européen ralenti pour lequel il a fallu compenser par un certain nombre de promotions tarifaires.





3. TRAFIC TOURISTIQUE

En 2016, plus de 192 000 touristes ont visité la destination de Tahiti et ses îles, dont plus des deux tiers ont été acheminés par Air Tahiti Nui (70,8 %), suivie par Air France (12,6 %), et les autres compagnies (Air New Zealand, Latam, Hawaiian Airlines, Air Calin, et Air Tahiti, pour 16,6 %).



TRAFIC TOURISTIQUE À DESTINATION DE TAHITI ET SES ÎLES

	2015		2016		N/N-1 %	VARIATION PDM ⁽¹⁾	
	TOURISTES	PDM	TOURISTES	PDM		2014/2015	2015/2016
Air Tahiti Nui	129 941	71 %	136 270	70,8 %	4,9 %	- 0,9 pt	- 0,2 pt
Air France	23 765	13 %	24 188	12,6 %	1,8 %	+ 0,4 pt	- 0,4 pt
Air New Zealand	12 398	7 %	13 403	7 %	8,1 %	+ 0,4 pt	0 pt
Latam	5 975	3 %	7 448	3,9 %	24,7 %	- 0,1 pt	+ 0,9 pt
Hawaiian Airlines	6 504	3,5 %	5 285	2,7 %	-18,7 %	+ 0,3 pt	- 0,8 pt
Air Calin	4 277	2 %	4 681	2,4 %	9,4 %	- 0,1 pt	+ 0,4 pt
Air Tahiti	970	0,5 %	1 125	0,6 %	16 %	+ 0,1 pt	+ 0,1 pt
Autres compagnies			95				
TOTAL	183 830	100 %	192 495	100 %	4,7 %		

Source : ISPF. (1) PDM : parts de marché

ÉVOLUTION DES TOURISTES PAR ORIGINE

PAYS	2015		2016		VARIATION 2015/2016	
	AIR TAHITI NUI	TOTAL TOUTES COMPAGNIES	AIR TAHITI NUI	TOTAL TOUTES COMPAGNIES	AIR TAHITI NUI	TOTAL TOUTES COMPAGNIES
Amérique du Nord	56 742	72 315	58 293	74 234	+ 2,7 %	+ 2,6 %
France	22 691	35 765	25 903	39 086	+ 14,1 %	+ 9,2 %
Italie	7 113	7 993	6 946	7 887	- 2,3%	- 1,3 %
Royaume-Uni	3 276	4 711	2 970	3 980	- 9,3 %	- 15,5 %
Espagne	1 863	2 608	1 680	2 414	- 9,8 %	- 7,4 %
Allemagne	2 125	3 538	2 389	3 951	+ 12,4 %	+ 11,6 %
Suisse	1 578	2 845	1 546	2 831	- 2 %	- 0,4 %
Europe (autres)	3 198	5 075	3 500	5 455	+ 9,4 %	+ 7,4 %
Japon	11 200	11 447	11 884	12 174	+ 6,1 %	+ 6,3 %
Asie (autres)	7 410	9 035	8 081	9 775	+ 9 %	+ 8,1 %
Australie	6 496	9 167	7 000	9 757	+ 7,7 %	+ 6,4 %
Nouvelle-Zélande	3 271	7 315	3 055	7 221	- 6,6 %	- 1,2 %
Pacifique	680	4 704	603	4 941	- 11,3 %	+ 5 %
Amérique du Sud	1 111	5 628	1 053	6 832	- 5,2 %	+ 21,3 %
Amérique centrale	790	1 107	743	1 052	- 5,9 %	- 4,9 %
Autres pays	397	578	624	905	+ 57,1%	+ 56,5 %
TOTAL	129 941	183 831	136 270	192 495	+ 4,8 %	+ 4,7 %

Source : ISPF

136 270
TOURISTES
TRANSPORTÉS
EN 2016 PAR
AIR TAHITI NUI
(PRÈS DE 71 % DE PARTS DE MARCHÉ)

En 2016, la fréquentation touristique de Tahiti et ses îles est en **augmentation de 4,7 %** par rapport à l'année dernière, avec une **forte progression au départ de la France (+ 9,2 %)**, et une augmentation modérée 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, de l'Angleterre, et de l'Espagne, partiellement compensés par des marchés tels que l'Allemagne (+ 11,6 %), et d'autres pays en Europe.

Le nombre de croisiéristes est en baisse de 0,8 % par rapport à 2015 tandis que le nombre de touristes en hébergement terrestre affiche une croissance de 6,1 %.

On peut noter une **croissance de 5,8 % du trafic à destination unique** alors que le trafic de circuit reste stable par rapport à 2015.

4. RÉSULTATS FRET

Les recettes de fret sur l'ensemble du réseau Air Tahiti Nui en 2016 s'élèvent à **2 792 millions de Fcfp**, en baisse de - 5,4 % par rapport à 2015, pour un **tonnage global de 9 005 tonnes**.

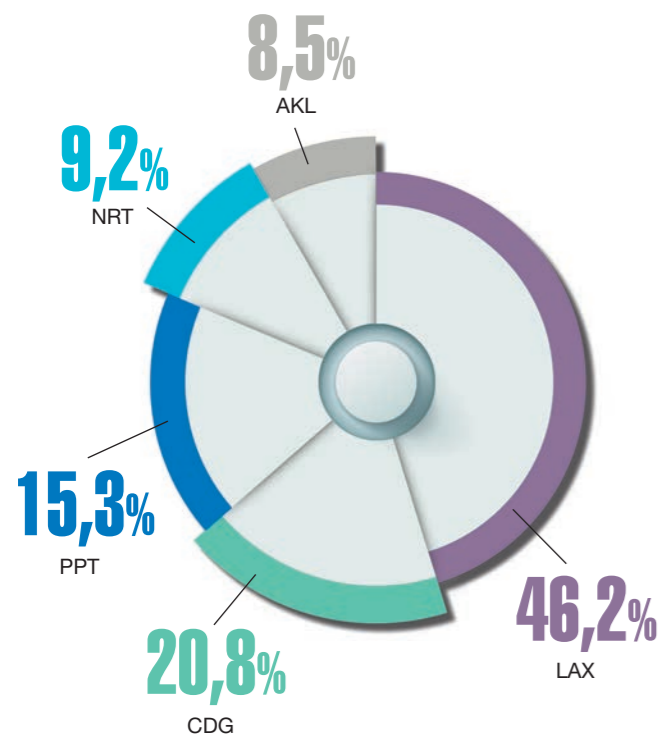
RECETTES ET TONNAGE FRET PAR ORIGINE⁽¹⁾

	2015	2016	VAR 2015/2016	VARIATION %
Recettes (en millions Fcfp)	2 952	2 792	- 160	- 5,4 %
Poids en tonnes	10 168	9 005	- 1 163	- 11,4 %

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

9 005
TONNES DE FRET
TRANSPORTÉ
POUR
2,8 MILLIARDS FCFP
DE RECETTES

RÉPARTITION DU TONNAGE TRANSPORTÉ PAR ORIGINE



2016 a été marquée par une **baisse des résultats de 5,4 %** par rapport à 2015 (année éminemment favorable pour le fret aérien mondial), particulièrement due à une diminution des volumes de fret.

La mise en place d'actions et d'évènements spécifiques à compter du deuxième semestre de l'année a permis de remonter les chiffres après un démarrage un peu difficile.

Air Tahiti Nui a en effet initié et participé au **développement de l'export de thon sur New-York** notamment en faisant venir de grands chefs afin qu'ils découvrent les spécificités, les différentes variétés et saveurs des poissons polynésiens, et qu'ils puissent en faire la promotion dans leur restaurant.

Ainsi, la Compagnie a pu réaliser ses **premiers exports en partenariat avec American Airlines sur NYC dès le mois de juillet 2016**, et contribué à la promotion du thon polynésien grâce à des partenariats innovants :

- > le Chef new-yorkais Ben Pollinger a organisé suite à sa venue à Tahiti un évènement culinaire autour du thon et des plats typiques polynésiens dans son restaurant le *Oceana* ;
- > Christopher D'Ambrosio, Chef au *Bouley*, s'est également inspiré de son voyage à Tahiti en septembre pour proposer des préparations culinaires audacieuses ;
- > et pour bien clôturer l'année, le festival culinaire *Aki Matsuri* de New-York a mis le thon tahitien à l'honneur pour célébrer l'automne japonais.



5. ACTIVITÉ CHARTER

TABLEAU COMPARATIF DE L'ACTIVITÉ CHARTER SUR 2015 ET 2016

	2015	2016	VARIATION %
ACMI ⁽¹⁾	330	133	- 60 %
Full charter	506	270	- 47 %
TOTAL NB HEURES DE VOL	836	403	- 52 %
ACMI	187	75	- 60 %
Full charter	761	418	- 45 %
TOTAL RECETTES (MILLIONS Fcfp)	948	493	- 48 %

493
MILLIONS FCFP
DE RECETTES
GÉNÉRÉES EN VOLS
CHARTER

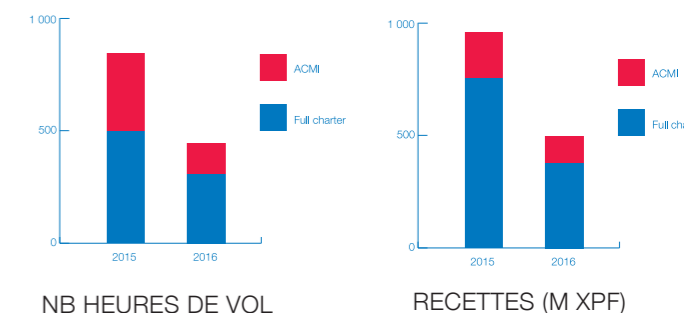
(- 48 % PAR RAPPORT À 2015)

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.

400 heures de vol ont été réalisées sur l'année pour le compte d'affréteurs divers (soit un recul de 52 %, affiché aussi bien sur les vols ACMI que sur les vols en full charter).

Cette activité annexe a généré **493 millions Fcfp de recettes** sur l'année (contre 948 millions Fcfp en 2015, soit une diminution de 48 %).

(1) ACMI = 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...



ATN, acteur de développement touristique de la Polynésie française

1. POLITIQUE PROMOTIONNELLE ET PUBLICITAIRE

2016 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*⁽¹⁾, familles, lune de miel, courts séjours, et petite hôtellerie familiale.

Air Tahiti Nui étant partenaire de l'office du tourisme dans le cadre de la promotion de la destination, une partie des budgets publicitaires de l'année a également été consacrée à des déclinaisons tactiques de la campagne globale destination du GIE Tahiti Tourisme *Embraced by Mana*.

Nos régions ont notamment apporté leur soutien au lancement de cette campagne sur le thème des « Iles du Mana » en relayant sur leurs marchés les visuels créés pour l'occasion par l'agence MeringCarson basée aux Etats-Unis.

DISNEY, UN PARTENARIAT LÉGENDAIRE

Le fait saillant de l'année reste l'opportunité unique offerte à notre Compagnie de collaborer avec Disney Europe sur la sortie du long métrage « Vaiana, la légende du bout du monde⁽²⁾ », en novembre 2016.

En contrepartie de son implication dans l'organisation d'un voyage de presse en Polynésie fin octobre avec de nombreux journalistes de la presse nationale française, des dirigeants Disney, et les voix françaises du film, soutenu en coopération avec Tahiti Tourisme, ATN a bénéficié d'une très belle visibilité associée à la puissance de communication de la firme d'animation :

- > présence logo sur toute la communication Disney en France ;
- > droits d'exploitation de la licence Vaiana pendant un an ;
- > projection en avant-première du film à Tahiti ;
- > partenariat lors de l'avant-première au Grand Rex à Paris en novembre ;

- > partenariat pour un jeu concours dans toutes les salles Gaumont-Pathé fin 2016 ;
- > réalisation d'une vidéo co-signée Air Tahiti Nui/Disney pour communication sur les réseaux sociaux...

Avec 311 041 entrées pour son premier jour d'exploitation au cinéma — dont 175 430 entrées en avant-premières, « Vaiana, la légende du bout du monde » s'est placé dès sa sortie en tête du *box-office* et a même réalisé un meilleur démarrage que celui de « La Reine des Neiges » (qui avait comptabilisé 308 741 entrées lors de son premier jour d'exploitation, avant-premières incluses). A deux mois de sa sortie en salle, le *blockbuster* de Disney comptabilisait d'ailleurs des chiffres record qui l'ont placé en tête de tous les films sortis en 2016.

La vidéo *co-brandée* Disney/Air Tahiti Nui, mise en ligne le 3 novembre sur les réseaux sociaux, a également rencontré un franc succès en comptabilisant 500 000 vues sur YouTube et 40 000 sur Facebook en tout juste deux mois de diffusion.

Si la promotion du film a été essentiellement nationale, Air Tahiti Nui s'est aussi distinguée à l'international : la Compagnie a été consacrée **pour la deuxième année consécutive « Meilleure Compagnie du Pacifique Sud »**, se plaçant au rang de *leader* des transporteurs aériens desservant la Polynésie française et le Pacifique Sud auprès des lecteurs du magazine américain *Global Traveler* qui décerne la récompense.

(1) L'offre *Early Bird* est la promesse d'un tarif préférentiel pour les voyageurs qui anticipent leur réservation.

(2) La marque *Moana* étant déjà déposée en France et dans certains pays européens, le titre original du film « Moana » a dû être changé pour « Vaiana ».



REBRANDING ATN : ÉVOLUTION VS RÉVOLUTION

Pour accompagner les grands chantiers de transformation, et particulièrement le projet de renouvellement de flotte qui coïncidera avec les 20 ans de Air Tahiti Nui, la direction de la Compagnie a pris le parti de rafraîchir son image de marque. En tant que transporteur n°1 de la destination, ATN est le premier ambassadeur de la Polynésie et se doit donc de travailler son *Look & Feel*⁽³⁾, afin que tout l'univers de la marque plonge le voyageur dans l'atmosphère polynésienne, depuis la bannière publicitaire sur Internet à la cabine de l'avion, en passant par le *bag-tag* ou le circuit d'enregistrement à l'aéroport.

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 — pour avoir notamment lancé en 2014 la marque de destination *The Islands of Tahiti* (Tahiti et ses îles), c'est l'agence australienne *Future Brand* qui a été choisie pour travailler sur le projet. Elle est aussi mondialement connue pour avoir lancé le produit *Nespresso*... "What Else ?", et possède de solides réalisations dans son portefeuille pour des *majors* comme la compagnie *American* ou d'autres plus petites et typées telles que *Fiji Airways*.

Après des consultations externes et internes (auprès des salariés mais aussi des clients, partenaires, tours-opérateurs, agents de voyages...), la tenue de *focus groups*, et un séjour d'immersion qui a permis aux créatifs de l'agence de se familiariser avec l'univers Air Tahiti Nui, la nouvelle architecture de la marque ATN a pu être définie autour du concept « Nui ».

L'idée étant de déterminer le meilleur moyen de se présenter auprès des clients et partenaires et de répondre au mieux aux exigences du marché international, le nom Air Tahiti Nui, symboliquement porteur de sens, restera inchangé ; c'est l'identité visuelle de la marque qui va se modeler pour faire de la Compagnie au Tiare « *The world's most immersive travel experience*⁽⁴⁾ ».

La complexité de l'exercice réside dans le fait de trouver un juste milieu entre une illustration littérale trop réaliste et une reproduction impersonnelle de la Tiare Tahiti. Il s'agit, sans révolutionner le logo actuel, de travailler sur une représentation plus symbolique de cette icône de la Compagnie, en lui apportant le détail qui lui conférera son authenticité et sa singularité, en même temps qu'il lui donnera un caractère chaleureux et familial.

Ce travail de design a été mené conjointement à partir de la fin de l'année avec Alexander Lee. Natif polynésien ayant fait ses armes à New-York, l'artiste s'expose aujourd'hui à l'international. Pour cette collaboration, il a opté pour un travail à main levée afin de parvenir à dessiner une fleur inimitable, dans le but de garantir à la future identité de la Compagnie son unicité au travers d'un **résultat final unique, original, et fidèle à l'esprit polynésien**.

Le visuel et le *brandmark* devaient être finalisés début 2017 et présentés au public dans le courant de l'année.

(3) Le *Look & Feel* est l'ensemble de règles qui régissent l'identité visuelle d'un concept.

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



UNE PRÉSENCE GRANDISSANTE SUR LE WEB

La nouvelle plateforme Web Air Tahiti Nui a été lancée fin 2014 à travers cinq sites régionaux (Polynésie, France, USA, Japon, Nouvelle-Zélande), en trois langues.

Courant 2016, une première version rafraîchie de la plateforme est sortie, en parallèle de l'activation de nouvelles déclinaisons du site (chinoise, taïwanaise, espagnole, italienne), venues compléter les versions australienne, coréenne et du Royaume-Uni, mises en ligne en 2015 (des versions allemande et brésilienne suivront en 2017).

L'amélioration de cette mise à jour s'est principalement portée sur l'expérience utilisateur :

- > *design* et interface modernisés avec actualisation des images et vidéos ;
- > site *full responsive* (optimisé pour une utilisation sur *smartphone*, tablette...);
- > menu et structure de contenu simplifiés pour faciliter la navigation à travers les pages...

Le nouvel environnement offre également la possibilité d'enrichir l'expérience de navigation grâce à la réalité virtuelle à 360°.

Tous les développements spécifiques à Amadeus (intégration des fonctionnalités du nouveau PSS à nos sites Web : *IBE desktop/mobile*, *Booking Retrieve*, *ALMS Club Tiare*⁽⁵⁾,...) ont été faits sur ce nouvel environnement et sont venus enrichir l'expérience client au lendemain du *cut over*.

Sur l'année, l'ensemble de nos sites comptabilisent **2,6 millions de visiteurs de 235 pays différents**, dont 47 % utilisant un mobile.

Enfin, complétant ces améliorations de 2016, les 12 versions du site ont été **mises en conformité avec la réglementation sur l'accessibilité aux personnes à mobilité réduite** (compatibilité avec la plupart des outils d'assistance en ligne).

(5) Internet Booking Engine — moteur de réservation Internet sur postes fixes et mobiles, formulaire de récupération du billet électronique, intégration de la plateforme de fidélité sous Amadeus...

2. PROGRAMME DE FIDÉLITÉ



Depuis deux ans, le Club Tiare multiplie ses collaborations avec différents organismes pour permettre à ses membres d'utiliser leurs miles sur de nombreux événements ou d'en cumuler via des partenariats commerciaux.

Au total, **238 millions de miles** ont été brûlés pour des achats de billets, surclassements, excédents de bagages, et autres prestations offertes par la Compagnie, dont **2,3 millions utilisés pour des entrées à des événements** (soirée

d'élection Miss Tahiti, concert de Johnny Hallyday, spectacle d'Elie Semoun, pièces de théâtre et autres festivals...) **et en bons d'achats** auprès de nos partenaires Millésime, Le Coco's, et Beauty Success.

Le Club Tiare dénombre **119 920 membres** au 31 décembre 2016 (soit une évolution de + 8,8 % par rapport à 2015), dont de nombreux adhérents aux programmes Club Tiare Corporate et Fenua Student.

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 de ses clients pour mieux répondre à leurs attentes.

En réponse aux résultats relatifs à l'évaluation des sièges de la classe économique, le *design* de ces derniers a été revu au cours de l'année pour en améliorer l'ergonomie (notamment au niveau de l'appui-tête), permettant de réévaluer leur confort à 79 % de satisfaction sur les **7 772 clients interrogés au cours de l'année** (soit + 14,5 points d'amélioration par rapport à l'évaluation de 2015).

Répondant à une forte attente de nos passagers, notamment nos *frequent flyers*, le *lounge* de l'aéroport de Tahiti Faa'a va être rénové aux couleurs de la Compagnie. Les travaux ont été lancés en 2016, pour une livraison prévue au mois d'août 2017.

Pour **96 % de satisfaction globale (soit + 3 points d'amélioration par rapport à 2015)**, 94% de notre clientèle se déclare prête à recommander notre Compagnie.



LES POINTS FORTS RELEVÉS PAR NOS CLIENTS

SCORE (MOYENNE ANNUELLE) 2016	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
	98,5 %	95 %	92,5 %	90,5 %	79,5 %

Grâce aux actions commencées courant 2015 et poursuivies sur 2016, les scores d'appréciation affichent des moyennes en nette progression sur l'année.

Le budget consacré à l'offre vidéo a été amélioré de 10 %, permettant d'ajouter 5 films, dont deux nouveautés et trois classiques. Même chose pour le budget dédié aux prestations repas et boissons au départ de Paris Charles de Gaulle (au mois de février), et Papeete (en octobre), également augmenté de 10 %.

Ainsi, l'**appréciation du système de divertissement à bord a gagné 7 points**, passant de 72,5 % à 79,5 % de satisfaction globale. De même, **les repas ont gagné 5,5 points d'amélioration** en 2016 (passant de 85 % à 90,5 % de satisfaction). L'**appréciation de l'équipage est également en progression** de 1,5 point, celle de **la cabine a gagné 5 points** passant de 90 % en 2015 à 95 % de satisfaction globale cette année, et la variation pour l'appréciation de l'enregistrement gagne également 3 points.

Résultats financiers

1. BILAN ACTIF

ACTIF IMMOBILISÉ

Les principaux mouvements de l'exercice 2016 sont :

- > le paiement d'avances et acomptes suite à la commande de 2 avions BOEING type 787-9 pour un montant de 2,1 milliards de Fcfp ;
- > de nombreux événements de maintenance immobilisés (révisions moteur, visite C) pour un montant de 1,6 milliard de Fcfp ;
- > des amortissements à hauteur de 3,5 milliards de Fcfp (contre 2,5 milliards de Fcfp en 2015) ;
- > une dotation nette aux provisions pour dépréciation des avions à hauteur de 1,4 milliard de Fcfp, dont 0,8 milliard en immobilisations financières ;
- > un apport en défiscalisation à hauteur de 0,5 milliard de Fcfp, provisionné à 100 %.

ACTIF CIRCULANT

Les principaux mouvements de l'exercice 2016 sont :

- > la diminution des créances clients à hauteur de 375 M Fcfp (soit - 17 %) liée principalement à deux créances *International Lease Finance Corporation* (ILFC) de 2015 réglées sur l'exercice 2016 ;
- > la trésorerie à la clôture de l'exercice s'élève à 14,3 milliards de Fcfp (contre 14,6 milliards de Fcfp au 31/12/2015, soit une diminution de 2 %).

ACTIF EN MILLIONS DE XPF	BRUT	PROV ET AMORT	NET	NET N-1	VARIATION	VARIATION %
Immobilisations incorporelles	378	181	197	79	118	151 %
Immobilisations corporelles	31 163	20 819	10 343	10 642	- 299	- 3 %
Immobilisations financières	3 332	1 348	1 983	2 950	- 967	- 33 %
TOTAL ACTIF IMMOBILISÉ	34 872	22 348	12 524	13 671	- 1 147	- 8 %
EN MILLIONS D'€	292	187	105	115	- 10	
Stocks	618		618	662	- 44	- 7 %
Créances clients	1 919	130	1 789	2 164	- 375	- 17 %
Autres créances	487	1	486	545	- 58	- 11 %
Disponibilités	14 324	4	14 320	14 569	- 249	- 2 %
Charges constatées d'avance	942		942	864	77	9 %
TOTAL ACTIF CIRCULANT	18 290	136	18 154	18 803	- 649	- 3 %
EN MILLIONS D'€	153	1	152	158	- 5	
Écart de conversion actif	27		27	43	- 16	- 37 %
TOTAL GÉNÉRAL	53 190	22 484	30 706	32 518	- 1 812	- 6 %
EN MILLIONS D'€	446	188	257	273	- 15	

2. BILAN PASSIF

PASSIF EN MILLIONS DE XPF	2016	2015	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	6 056	2 728	3 328	122 %
Résultat	2 242	4 825	- 2 583	- 54 %
Subvention d'investissement	558	761	- 203	- 27 %
Provisions règlementées	631	369	262	71 %
CAPITAUX PROPRES	12 972	12 168	804	7 %
EN MILLIONS D'€	109	102	7	
PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES	978	1 311	- 333	- 25 %
EN MILLIONS D'€	8	11	- 3	
Dettes financières	713	3 292	- 2 578	- 78 %
Autres dettes	7 218	6 491	727	11 %
Produits constatés d'avance	8 706	8 735	- 29	0 %
TOTAL DETTES	16 637	18 518	- 1 880	- 10 %
EN MILLIONS D'€	139	155	- 16	
Écart de conversion passif	118	521	- 403	- 77 %
TOTAL GÉNÉRAL	30 706	32 518	- 1 812	- 6 %
EN MILLIONS D'€	257	273	- 15	

CAPITAUX PROPRES ET PROVISIONS

Les principaux mouvements de l'exercice 2016 sont :

- > l'affectation du résultat 2015 en report à nouveau à hauteur de 3 328 M Fcfp, le solde ayant été versé en dividendes ;
- > le résultat net de l'exercice 2016 à hauteur de 2 242 M Fcfp ;
- > la reprise de provision CPS relative aux exercices 2014 et 2015 à hauteur de 392 M Fcfp.

DETTES

Les principaux mouvements de l'exercice 2016 sont :

- > le remboursement des emprunts relatifs au MANGAREVA à hauteur de 2 470 M Fcfp ;
- > l'augmentation des dettes sociales et fiscales due à l'impôt sur les sociétés et la contribution supplémentaire pour un montant de 180 M Fcfp, à l'augmentation de l'impôt sur le revenu des capitaux mobiliers (IRCM) pour un montant de 224 M Fcfp, et à la prime d'intéressement à hauteur de 135 M Fcfp.

RÉSULTAT
D'EXPLOITATION
EN HAUSSE DE

6%

EN 2016
(SOIT 13 % DU CA)



3. COMPTE DE RÉSULTAT

COMPTE DE RÉSULTAT EN MILLIONS DE XPF	2016	2015	VARIATION	VARIATION %
Chiffre d'affaires	35 533	35 880	- 347	- 1 %
Reprises sur amortissements et provisions	911	356	555	156 %
Autres produits	87	30	57	190 %
TOTAL DES PRODUITS D'EXPLOITATION	36 530	36 266	264	1 %
EN MILLIONS D'€	306	304	2	
Achats de marchandises et autres approvisionnements	7 527	8 875	- 1 347	- 15 %
Prestations et sous-traitances externes	11 783	11 922	- 139	- 1 %
Impôts et taxes	114	104	10	9 %
Frais de personnel	7 630	6 920	710	10 %
Dotations aux amortissements et provisions	3 458	2 473	985	40 %
Dotations aux provisions sur actif circulant	1	47	- 46	- 98 %
Dotations aux provisions pour risques et charges	314	448	- 135	- 30 %
Autres charges	1 105	1 141	- 36	- 3 %
TOTAL DES CHARGES D'EXPLOITATION	31 932	31 930	2	0 %
EN MILLIONS D'€	268	268		
Résultat d'exploitation	4 598	4 336	262	6 %
Résultat financier	- 299	501	- 800	- 160 %
Résultat exceptionnel	- 716	746	- 1 461	- 196 %
Intéressement	- 135		- 135	
Impôt	- 1 207	- 758	- 450	- 59 %
RÉSULTAT NET	2 242	4 825	- 2 583	- 54 %
EN MILLIONS D'€	19	40	- 22	

Les produits d'exploitation s'élèvent à 36,5 milliards de Fcfp contre 36,3 milliards de Fcfp en 2015, soit une hausse de 1 %. La reprise de provision CPS vient compenser la baisse de chiffre d'affaires.

Les charges d'exploitation stagnent, ceci étant dû en partie aux effets cumulés suivants :

- > une baisse de 1,5 milliard de Fcfp de la facture carburant ;
- > une hausse des frais de personnel de 710 M Fcfp, soit 10 % ;
- > une hausse de la dotation aux amortissements de 985 M Fcfp du fait de la réduction des durées d'amortissements compte tenu d'une meilleure appréhension des dates de sortie des avions A340.

Le résultat financier négatif à hauteur de 299 M Fcfp est composé principalement de résultats de change et de la provision pour

dépréciation du gage espèces à hauteur de 822 M Fcfp.

Le résultat exceptionnel de - 716 M Fcfp est dû principalement à :

- > un gain de 313 M Fcfp lié aux billets non utilisés depuis plus d'un an ;
- > une dotation nette de provision pour dépréciation des avions à hauteur de 558 M Fcfp ;
- > une dotation relative à un abandon de créance pour la défiscalisation à hauteur de 526 M Fcfp.

Constatation de l'intéressement à hauteur de 135 M Fcfp.

La société doit s'acquitter au titre de l'exercice 2016 d'un impôt sur les sociétés et d'une contribution supplémentaire pour les montants respectifs de 603 M Fcfp et 605 M Fcfp.

Perspectives 2017

Déjà bien avancé cette année, le travail de configuration de nos futurs avions – incluant la définition du type de cabine et des classes de voyage, se poursuivra l'année prochaine avec le choix définitif des sièges et des moteurs qui viendront équiper nos Boeing. À l'exploitation, s'opérera un remaniement de l'organisation en vue de la certification ETOPS – demandée de manière anticipée sur les Airbus de façon à pouvoir préparer les équipes à de nouvelles procédures de travail en amont de l'arrivée de la nouvelle flotte. 2017 sera donc une année cruciale dans la définition et la préparation de l'entrée en service de nos B787-9.

Le nouveau système de gestion des passagers implémenté en 2016 va permettre de valoriser les opportunités offertes par la nouvelle plateforme Amadeus, et notamment de prendre en main les actions commerciales et marketing pour développer nos résultats et nous ouvrir à de nouveaux marchés. Combiné à l'arrivée des bimoteurs, il devra permettre dans les années à venir un développement des lignes Air Tahiti Nui, sur l'Asie en particulier.

En termes d'organisation et de structuration internes, l'année prochaine marquera une avancée significative avec la nécessité d'aboutir à la formalisation de nouveaux accords avec les différents partenaires sociaux.

La première partie du travail de pesée des postes, engagée par la DRH en 2015, sera également finalisée au cours de l'année. Il était important de donner aux collaborateurs d'Air Tahiti Nui une perception positive d'équité interne par le biais de la transparence sur les processus de rémunération de l'entreprise, afin de favoriser un climat de confiance et de justice.

Avec cette démarche de pesée des postes, la Compagnie aspire à mettre en place un système contribuant à la performance des employés, et à créer la trame de l'évolution des carrières des collaborateurs.

La mise en place d'un Système d'information de gestion des ressources humaines (SIRH) devrait également soutenir cette dynamique.

En parallèle, de nombreux autres projets informatiques se focaliseront aussi sur l'amélioration de l'expérience salarié avec la mise en place de tablettes pour nos personnels navigants, mécaniciens, et commerciaux ; l'intégration de solutions pour gérer les relations clients, plus spécifiquement les réclamations, et le *catering* à bord, etc.

Simultanément, l'équipement télécom et informatique du nouveau siège social ATN se fera, le déménagement étant prévu pour le troisième trimestre 2018.

À l'instar de l'année passée, Air Tahiti Nui va devoir user d'ingéniosité pour s'adapter à un secteur en constante mutation, une concurrence de destination, et aussi celle d'autres modèles de transport du type LOC (compagnies à faibles coûts), en pleine expansion.

Pour y parvenir, la Compagnie peut compter sur ses atouts qui lui permettent de réaffirmer son positionnement unique et sur lesquels les nouveaux projets ambitionnent de capitaliser.

To Tatou Manureva, le voyage continue.



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

AirTahitiNui 

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