

Roissy, 5 novembre 2019

Air France-KLM présente sa stratégie pour retrouver une position de leader en Europe

Air France-KLM organise ce jour à Paris une présentation dédiée aux investisseurs. A cette occasion, Benjamin Smith, Directeur Général du groupe Air France-KLM, entouré de Pieter Elbers Président du directoire de KLM, Anne Rigail, Directrice Générale d'Air France, et de Frédéric Gagey, Directeur Général Adjoint en charge des Finances d'Air France-KLM, présentera les priorités stratégiques du groupe, ainsi que sa trajectoire financière pour les cinq prochaines années.

- Retrouver une dynamique de rentabilité basée sur un nouveau modèle de création de valeur pour les principales parties prenantes du groupe : employés, clients, et actionnaires.
- Un plan stratégique avec quatre grandes priorités : l'optimisation du modèle opérationnel, le recentrage de la croissance des revenus sur les segments les plus rentables, le développement d'initiatives sur la gestion des données, le programme de fidélisation Flying Blue, la maintenance et le cargo, et l'analyse de toutes les opportunités de consolidation. Chacune des initiatives soutient l'ambition du groupe de rester leader de la transition écologique du secteur.
- Objectifs financiers :
 - Profitabilité : Marge opérationnelle moyen-terme de 7-8%
 - Cash : Cash flow libre d'exploitation ajusté moyen-terme positif
 - Effet de levier : Ratio dette nette / EBITDA d'environ 1,5x
 - Retour aux actionnaires : Perspective d'un retour à la distribution de dividendes

Benjamin Smith, Directeur Général du groupe Air France-KLM a déclaré :

« Dans un environnement concurrentiel et en pleine transformation pour les compagnies aériennes européennes, le groupe Air France-KLM a tous les atouts pour retrouver sa place de leader. Depuis fin 2018 et grâce à l'engagement de nos salariés d'Air France, KLM et Transavia, nous avons mis en œuvre les fondamentaux de notre stratégie : simplifier notre flotte, clarifier notre positionnement tant sur nos segments de marché que dans notre portefeuille de marques, gagner une flexibilité importante en matière commerciale et opérationnelle grâce à de nouveaux accords sociaux. C'est le point de départ qui doit permettre à Air France-KLM de se réinventer, de créer une dynamique plus vertueuse pour ses parties prenantes. Nous optimiserons notre modèle opérationnel et augmenterons nos recettes pour améliorer sensiblement notre niveau de marge. Toutes les actions que nous entreprendrons supporteront notre ambition d'être le groupe aérien pionnier en matière de développement durable. »

Le Groupe Air-France KLM bénéficie de nombreux atouts : la force de ses trois marques Air France, KLM et Transavia, ses deux hubs de Paris – la première destination au monde - et d'Amsterdam - le premier hub de correspondance européen et ville où ce modèle a été inventé - son vaste réseau très complémentaire ou encore ses partenariats commerciaux puissants.

Pour capitaliser pleinement sur ces atouts, le groupe doit simplifier et optimiser son fonctionnement, se repositionner sur les segments de marché les plus rentables.

Un travail important a déjà été engagé dès la fin 2018 pour mettre en place les fondamentaux de cette stratégie. Ce travail va se poursuivre et s'intensifier autour de quatre principaux axes stratégiques, déclinés dans la feuille de route de chacune des compagnies.

1. Optimiser le modèle opérationnel : réduire les coûts opérationnels et gagner en efficacité

- Accroître la flexibilité dans la gestion de la flotte et des produits et services
- Simplifier les processus internes de chaque compagnie
- Accélérer le renouvellement de la flotte
- Mettre en œuvre des synergies additionnelles au niveau du Groupe
- Continuer à encourager les autorités françaises à créer un environnement plus favorable à la compétitivité d'Air France

2. Recentrer la croissance des revenus passagers sur les segments les plus rentables en s'appuyant sur les hubs et la puissance des marques

- Recentrer le portefeuille de marques autour des trois marques principales : Air France, Transavia et KLM, pour mieux cibler les segments de marché les plus pertinents et les plus profitables
- Optimiser les réseaux, chaque compagnie se concentrant sur son savoir-faire unique et ses atouts :
 - Pour KLM, renforcer son leadership à Schiphol et continuer à croître pour devenir le transporteur de référence sur le trafic de correspondance de et vers l'Europe.
 - Pour Air France, capitaliser sur son marché local et son offre premium, Paris et la France étant la première destination mondiale.
 - Pour Air France et Transavia, renforcer leurs positions à Orly en utilisant mieux ses créneaux horaires.
 - Transavia confortera sa position de leader low-cost aux Pays-Bas et ambitionne de devenir la première low-cost en France en nombre d'avions basés.
- Affiner le ciblage clients pour une personnalisation accrue de l'offre à coûts réduits.

3. En parallèle, le groupe continuera à faire croître ses activités sur la gestion des données, Flying Blue, le cargo et la maintenance

- Valoriser la gestion des données comme un actif majeur du groupe et en tirer le maximum d'opportunités
- Accélérer le développement de Flying Blue dans le prolongement des actions menées en 2018
- Développer la contribution de l'activité Cargo
- Inscrire l'activité de maintenance dans une trajectoire de croissance rentable, au service de la performance opérationnelle des compagnies du groupe.

4. De manière plus transversale, le groupe Air France-KLM continuera à envisager la consolidation du marché européen de façon pragmatique

- Fort de la réussite de ses nombreuses alliances dans le monde, Air France-KLM envisagera les opportunités de consolidation de façon pragmatique, avec pour objectif de compléter et renforcer les réseaux d'Air France et de KLM, tout en maintenant une discipline financière stricte.

L'ensemble de la feuille de route stratégique du groupe continuera de s'inscrire dans une démarche responsable et durable.

- Air France- KLM veut affirmer son leadership en matière d'aviation durable. Cela passe notamment par la mise en œuvre d'un plan environnemental et sociétal à horizon 2030.
- Sur le plan environnemental en particulier, les trois compagnies ont engagé des mesures importantes afin de réduire de moitié leurs émissions de CO2 par passager à horizon 2030 mais aussi pour favoriser l'émergence de carburants durables.

Contact Investisseurs

Olivier Gall

+33 1 49 89 52 59

olgall@airfranceklm.com

Website: www.airfranceklm.com

Wouter van Beek

+33 1 49 89 52 60

wouter-van.beek@airfranceklm.com

Contact Presse

+33 1 41 56 56 00