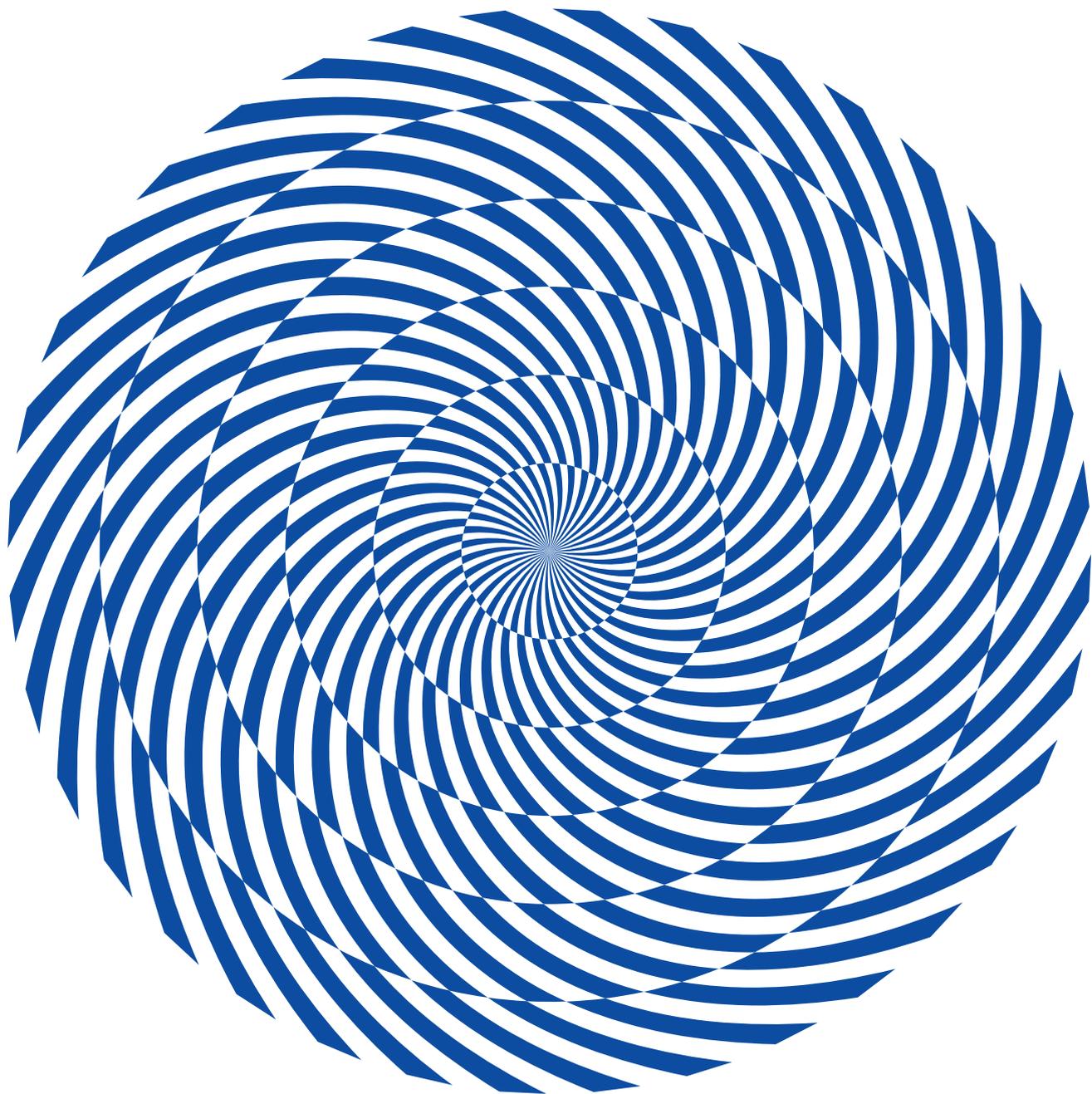


RAPPORT ANNUEL 2017

2017 ANNUAL REPORT



AIRFRANCE **KLM**

VISUAL FLIGHT

Depuis quelques années, Air France-KLM réinvente son rapport annuel pour donner à voir un Groupe en profonde transformation.

Loin des codes habituels, il choisit des modes d'expression innovants, plus vivants, plus directs, plus visuels pour raconter plutôt que démontrer.

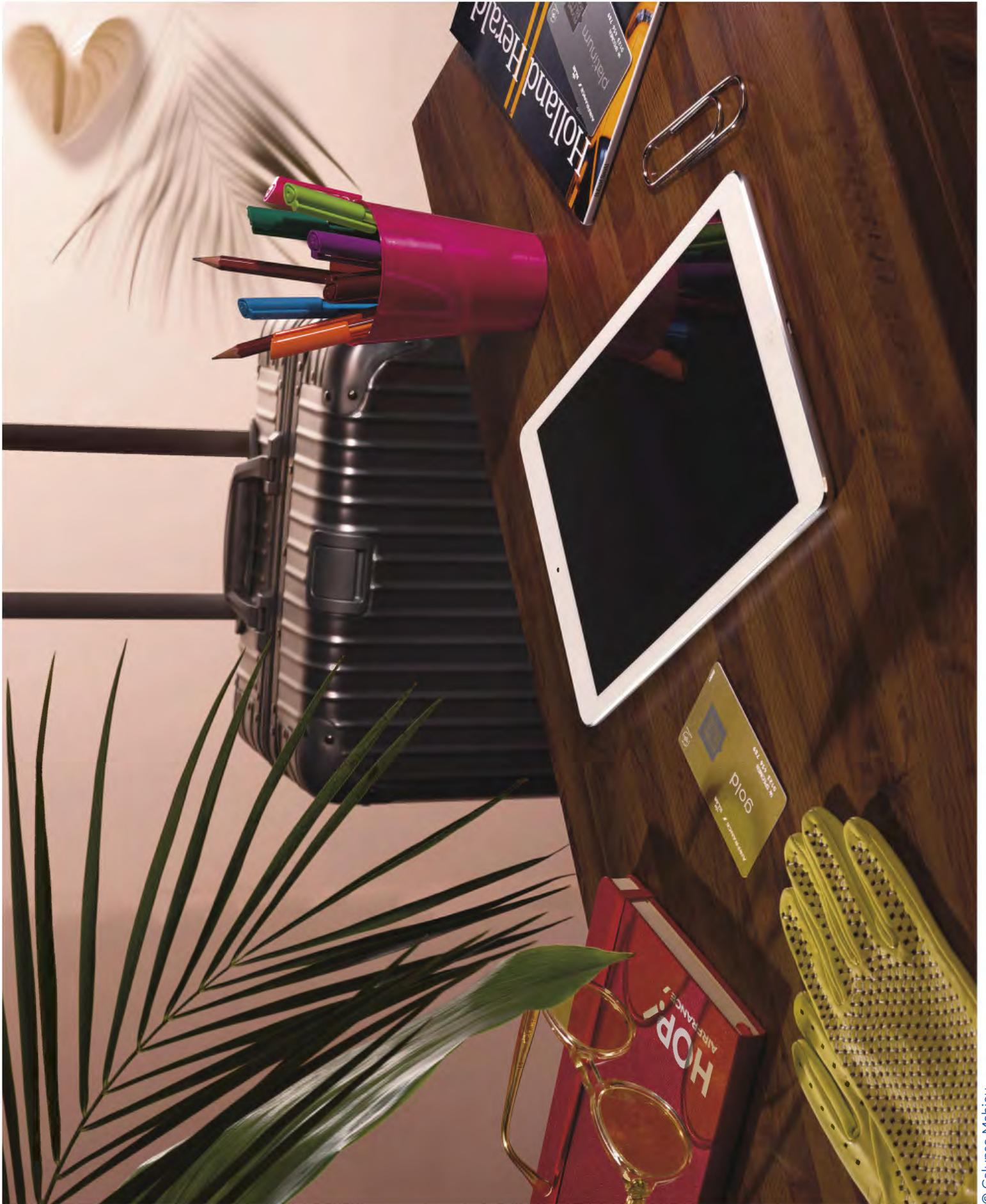
Cette année encore, Air France-KLM explore de nouvelles voies en mettant l'image à l'honneur : le Groupe a en effet donné carte blanche à des photographes émergents de la scène artistique contemporaine pour réinterpréter les 10 événements les plus marquants de l'année.

Le mouvement – ou son absence – sert de fil d'Ariane à l'ensemble des œuvres et invite le spectateur à questionner sa perception des faits. Les 10 photographies de ce rapport annuel 2017 sont aussi réunies et mises en scène au sein d'une exposition numérique, accessible à tous.

Une déclinaison qui s'imposait comme une évidence pour un groupe viscéralement digital, à la pointe du secteur aérien pour la richesse de ses services numériques.

Digital, mouvement, créativité, ouverture, diversité et complémentarité des regards... Une démarche à l'image d'Air France-KLM, qui innove dans tous les domaines pour poursuivre sa croissance et pour mieux combler ses clients.

For several years, Air France-KLM has been reinventing its Annual Report to reflect a Group experiencing a profound transformation. It has opted to abandon the traditional presentation format in favor of innovative forms of expression which are more vibrant, more direct and more visual to be able to tell a story rather than simply inform. This year, Air France-KLM again chose to explore new avenues by affording the image pride of place: the Group gave a free rein to photographers emerging from the contemporary art scene to reinterpret the 10 most significant events of the year. Movement – or its absence – serves as Ariadne's thread for all the works and invites viewers to question their perception of the facts. The 10 photographs in this 2017 Annual Report are also regrouped and showcased in a digital exhibition which is accessible to everyone. An original approach which came naturally to a viscerally digital Group, at the cutting edge of the air transport industry in terms of its wealth of digital services. Digital, movement, creativity, openness, diversity and complementary perspectives... A mirror image of Air France-KLM itself, which is innovating in all areas to pursue its growth and more fully satisfy its customers' needs.



© Calypso Mahieu

LE VOYAGE AUGMENTÉ

En partant avec l'une des compagnies du groupe Air France-KLM, vous vivrez une expérience enrichie, allant bien au-delà du voyage. Grâce au digital, le Groupe sait ce que vous aimez – ou non – et ce à quoi vous attachez de l'importance. À chaque instant, il précède vos attentes et accompagne les nouvelles façons de voyager. Leader reconnu pour ses innovations digitales, Air France-KLM a encore accéléré en 2017. Un exemple ? **KLM** est la première compagnie aérienne à avoir lancé un compte WhatsApp Business certifié, destiné aux entreprises : en quelques secondes, vous y retrouvez votre confirmation de réservation, votre carte d'embarquement, ou des informations actualisées sur votre vol. Plus de 250 collaborateurs – soit la plus grande équipe dédiée aux réseaux sociaux dans le monde – répondent aussi à vos questions 24 heures sur 24 en 10 langues. KLM joue également les pionniers en combinant des échanges avec ses collaborateurs et une solution d'intelligence artificielle au sein d'une même conversation sur Twitter, Messenger et WhatsApp. Avec à la clé des interactions encore plus pertinentes et ciblées entre vous et la compagnie.

Transavia montre également la voie en misant sur la commande vocale : il vous suffit désormais de vous adresser à voix haute à votre Google Home ou à votre Amazon Alexa pour réserver votre voyage en toute simplicité.

Sur **Joon**, place au streaming 100 % gratuit sur votre smartphone, tablette ou ordinateur personnel. En cabine Business, vous disposez même d'une salle de cinéma privée grâce à la dernière génération de lunettes de réalité virtuelle AlloSky par Skylights.

Vous voyagez avec **Air France** et vous avez une question sur vos bagages ? Le chatbot – ou robot conversationnel – Louis y répond en temps réel. Sur terre et en plein ciel, ce sont plus de 18 000 personnels de la compagnie équipés de tablettes numériques qui vous assistent.

Côté **HOP! Air France**, les 1700 personnels navigants seront progressivement équipés en 2018 de la tablette numérique HOPpad pour vous accompagner en un clin d'œil, de manière personnalisée et attentionnée.

THE AUGMENTED JOURNEY

Travel with an Air France-KLM Group airline is an enriching experience which extends far beyond the journey itself. Thanks to digital, the Group knows what you like – and don't like – and what you consider important. It is constantly anticipating your needs and supporting the new ways of traveling. As an industry leader recognized for its digital innovation, Air France-KLM again stepped up the pace in 2017. One example?

KLM is the first airline to have launched a certified WhatsApp Business account dedicated to companies: it takes only a few seconds to find your booking confirmation, boarding card and up-to-date information on your flight. Furthermore, more than 250 employees – i.e. the largest team dedicated to the social media in the world – are on hand to answer your questions 24/7 in 10 languages. KLM is also a pioneer in combining conversations with its staff and an artificial intelligence solution during the same conversation on Twitter, Messenger and WhatsApp. With, what's more, even more relevant and targeted interaction between you and the company.

Transavia is also leading the way by investing in voice control: nothing could now be simpler than addressing your Google Home or Amazon Alexa in a loud voice to book your trip.

On **Joon**, there is 100% free streaming on your smartphone, tablet or personal computer. In the Business cabin, you even have a private cinema thanks to the next-generation of Skylights' virtual reality headset AlloSky.

A question about your baggage when traveling with **Air France**? The Louis chatbot – or conversational robot – replies in real time. On the ground and in the air, there are more than 18,000 members of staff equipped with digital tablets who are ready to assist you. At **HOP! Air France**, in 2018, the 1,700 flight crew will be progressively equipped with HOPpad digital tablets to help you with a personalized, attentive service in the blink of an eye.

AIRFRANCE 


KLM


transavia

HOP!
AIRFRANCE

JOON 



INTERPRÉTATION DE L'ARTISTE / ARTIST'S INTERPRETATION

Née à Paris en 1993, Calypso Mahieu aime mélanger les styles et les esthétiques pour créer des images surannées ou atemporelles, toujours teintées de sensualité. Avec une tablette dernier cri au centre de l'image, elle donne ici à voir une expérience du voyage augmentée et enrichie par les innovations digitales du Groupe.

Born in Paris in 1993, Calypso Mahieu loves mixing styles and aesthetics to create old-fashioned and timeless images, always with a touch of sensuality. With a state-of-the-art tablet at the center of the image, she depicts an augmented journey experience, enhanced by the Group's digital innovations.



© Calypso Mahieu

UN MONDE D'ATTENTIONS

Temps suspendu dans le flot de la vie quotidienne, le voyage doit être un moment privilégié de plaisir et de bien-être... En embarquant sur la classe Premium Economy d'Air France, vous serez par exemple comblé d'attentions. Un fauteuil qui s'incline à l'intérieur de sa coque fixe, préservant votre confort et votre intimité, une assise large et enveloppante dans les cabines entièrement repensées des Boeing 787, une trousse avec des accessoires pour votre confort, un Menu À la Carte pour un moment gourmand si le cœur vous en dit... Rien n'est laissé au hasard.

Le Groupe veille aussi avec un soin extrême à votre confort à bord des avions. Dans les nouvelles cabines World Business Class de KLM, vous pourrez ainsi vous délasser dans des fauteuils-lits de 206 cm de long inclinables à 180°, proposant un espace privé amélioré. Avec en prime un nouveau système de divertissement personnel disponible en 12 langues sur un écran HD de 18 pouces. Déjà disponibles sur les Boeing 787, 747, 777-200 et 777-300 de KLM, ces nouvelles cabines sont en cours de déploiement sur les Airbus A330-300 et A330-200. Vous pourrez ainsi en bénéficier sur l'ensemble des avions long-courriers de la compagnie d'ici à fin 2018.

Sur HOP! Air France, ce sont vos papilles qui sont à l'honneur, avec de délicieux menus concoctés par de grands chefs. La compagnie a en effet lancé son offre de restauration ET HOP! À TABLE en partenariat avec BOCO, chaîne de restaurants bistro-bistronomiques. Vous pouvez à présent savourer ces menus sur 11 destinations au départ de Paris-Orly.

Joon aussi enchante votre palais, avec une sélection de produits gourmands. Vous êtes 100% bio? À vous la sélection de vins bio, la salade de quinoa aux châtaignes et fruits secs ou la tisane glacée à la grenade, au cassis et à la menthe poivrée. Pour les amateurs de « French touch », il y a également l'embarras du choix : chocolat, cidre ou encore vins *made in France*. Cerise sur le gâteau : tous les Airbus A340 de la compagnie sont équipés du nouveau système de divertissement. À peine installé dans votre siège, vous pouvez choisir votre film ou votre documentaire et le regarder pendant toutes les phases du vol. Pour ne pas perdre une miette de votre programme sur votre écran individuel tactile HD.

A WORLD OF ATTENTION

Time standing still in the maelstrom of daily life, travel should be a very special moment of pleasure and well-being... Once embarked on board Air France's Premium Economy class you will, for example, receive every possible attention. A seat which inclines within its fixed shell, preserving your comfort and privacy, a wider, enveloping cushion in the completely redesigned Boeing 787 interiors, an amenity kit with accessories for your comfort, an "À la Carte" Menu for a gourmet interlude if the mood takes you... Nothing is left to chance.

The Group also takes infinite care of your comfort on board its aircraft. In KLM's new World Business Class cabins, you can thus relax in seats that recline by 180° into a 206 cm long bed, offering an improved private space. The bonus is a new personal entertainment system available in 12 languages on an 18-inch HD screen. Already available on KLM's Boeing 787s, 747s, 777-200s and 777-300s, these new cabins are being deployed on the Airbus A330-300s and A330-200s. You can thus enjoy them on all the airline's long-haul aircraft by the end of 2018.

On HOP! Air France, taste buds have the place of honor with delicious menus devised by top chefs. The company has launched its catering proposition ET HOP! À TABLE in partnership with BOCO, a bistro-bistronomie restaurant chain. You can currently savor these menus on 11 destinations on departure from Paris-Orly.

Joon also regales your palate with a selection of gourmet products. 100% organic? Try the range of organic wines, the quinoa salad with chestnuts and dried fruits or the iced tea flavored with pomegranate, blackcurrant, and peppermint. Lovers of the "French touch" are also spoiled for choice, with chocolate, cider and wines made in France. The cherry on the cake: all the company's Airbus A340s are equipped with the new entertainment system. Once installed in your seat, you can choose your film or documentary and watch it during all phases of the flight. So you don't miss a moment of your program on your individual HD touch screen.



INTERPRÉTATION DE L'ARTISTE / ARTIST'S INTERPRETATION

Née à Paris en 1993, Calypso Mahieu aime mélanger les styles et les esthétiques pour créer des images surannées ou atemporelles, toujours teintées de sensualité. Ici, elle évoque un temps suspendu par le voyage et le sommeil avec, en filigrane, tout le confort et le bien-être apportés aux clients du Groupe.

Born in Paris in 1993, Calypso Mahieu loves mixing styles and aesthetics to create old-fashioned and timeless images, always with a touch of sensuality. Here she evokes travel and sleep during which time stands still with, by way of subtext, all the comfort and well-being offered to the Group's customers.



© Calypso Mahieu

PROJECTIONS

À chaque instant, vous êtes au centre de toutes les attentions d'Air France-KLM. Depuis le 1^{er} avril 2018, vous accédez à un Flying Blue nouvelle génération, plus simple, plus souple et encore plus personnalisé. Avec plus de 135 partenaires aériens, commerciaux et financiers, le programme fidélité du Groupe est devenu le compagnon de voyage incontournable de près de 15 millions de membres. Il vous offre par exemple davantage d'opportunités de gagner des Miles. Vous vous laissez tenter par un surclassement ou un Menu À la Carte? Le nombre de vos Miles augmente aussitôt. Même chose pour les autres services additionnels comme une franchise bagage et pour tout billet commercialisé par Air France, KLM, HOP! Air France ou Joon. Désormais, chaque euro dépensé vous rapporte des Miles, indépendamment de la distance entre votre aéroport de départ et celui d'arrivée. Flying Blue est le seul programme de fidélité à offrir cet avantage.

Autre nouveauté : vous disposez d'occasions plus nombreuses pour profiter de vos Miles comme bon vous semble. Dès le 1^{er} juin 2018, vous pourrez ainsi les utiliser pour réserver jusqu'au dernier siège disponible sur les vols commercialisés par Air France, KLM, HOP! Air France, Joon et Transavia. Et avec l'option Miles & Cash, vous pouvez payer jusqu'à 25 % de votre billet en cash si le cœur vous en dit.

Plus clair, Flying Blue vous propose également une nouvelle manière de progresser au sein du programme.

Parce que Air France veut vous offrir des moments d'exception, vous gagnez désormais des points d'expérience : ces « XP » sont calculés en fonction du type de votre vol – domestique, moyen-courrier ou long-courrier – et de la cabine que vous choisissez. Plus vous explorez le monde, plus vous recevez de XP, qui vous permettent de passer à un nouveau statut dans le programme, avec à la clé plus de services et d'avantages.

PROJECTIONS

You are the focus of Air France-KLM's every attention, at all times. Since April 1, 2018, you have had access to a new-generation Flying Blue which is simpler, more flexible and even more personalized. With over 135 airline, commercial and financial partners, the Group's loyalty program has become the travel companion of choice for nearly 15 million members. For example, it offers even more opportunities to earn Miles. Tempted by an upgrade or an "À la Carte" Menu? Your tally of Miles is immediately increased. The same applies to other ancillary services like the baggage allowance and to all the tickets sold by Air France, KLM, HOP! Air France and Joon. From now on, every euro you spend earns Miles, independently of the distance between your departure and arrival airports. Flying Blue is the only loyalty program to offer this benefit.

Another new feature: more opportunities to burn your Miles as you see fit. As of June 1, 2018, you will thus be able to use Miles to reserve up to the last available seat on the commercial flights operated by Air France, KLM, HOP! Air France, Joon and Transavia. And, if the mood takes you, with the Miles & Cash option you can pay up to 25% of the ticket in cash.

This more transparent Flying Blue also offers you a further way to increase your status within the program. Since Air France wants to offer you exceptional moments, you can now earn experience points: these "XPs" are calculated as a function of the type of flight – domestic, medium-haul or long-haul – and your choice of cabin. The more you explore the world, the more XPs you earn, enabling an upgrade to your program status with, to boot, more services and benefits.



INTERPRÉTATION DE L'ARTISTE / ARTIST'S INTERPRETATION

Née à Paris en 1993, Calypso Mahieu aime mélanger les styles et les esthétiques pour créer des images surannées ou atemporelles, toujours teintées de sensualité. Dans cette image, elle dépeint une jeune femme se projetant vers de nouvelles promesses de voyages.

Born in Paris in 1993, Calypso Mahieu loves mixing styles and aesthetics to create old-fashioned and timeless images, always with a touch of sensuality. In this image, she shows a young woman contemplating new promises of travel.



© KangHee Kim

ÉCHAPPÉES BELLES

Avec Air France-KLM, chaque voyageur est assuré de trouver la destination qui le séduit, le comble, l'intrigue ou lui ouvre des horizons professionnels. Long-courrier, low cost, liaisons régionales... Chacune des compagnies du Groupe enrichit sans relâche sa palette de destinations, en phase avec sa vocation et sa valeur ajoutée. Ensemble, elles offrent ainsi un accès au monde entier.

En 2017, Air France-KLM faisait voyager ses clients vers 53 nouvelles liaisons. Pour la saison été 2018, il inaugure 74 nouvelles routes, un record dans l'histoire du Groupe. Parmi elles, 9 concernent le long-courrier, 45 le moyen-courrier et le court-courrier, et 24 sont assurées par Transavia.

Sur le long-courrier, Fortaleza au Brésil est pour la première fois desservi par Joon depuis Paris-Charles de Gaulle et par KLM depuis Amsterdam-Schiphol. À signaler également au départ de Paris, les nouvelles liaisons Air France vers Nairobi au Kenya, Taïpei à Taïwan ou encore Seattle aux États-Unis. Joon transporte aussi désormais les clients vers Mahé, aux Seychelles. KLM a par ailleurs ouvert une nouvelle liaison vers Mumbai, en Inde, depuis Amsterdam.

Côté moyen-courrier, la compagnie néerlandaise dessert à présent Växjö en Suède. Air France a pour sa part ajouté Cork en Irlande ou encore Catane, en Italie, à son catalogue de destinations. La compagnie a par ailleurs confié à sa petite sœur Joon la prise en charge de plusieurs destinations comme Naples et Rome en Italie, Bergen et Oslo en Norvège ou encore Lisbonne au Portugal. Transavia ajoute aussi plusieurs cordes à son arc avec notamment Belgrade, en Serbie et Ljubljana, en Slovénie, ou encore différentes destinations au Maroc, en Grèce et en Tunisie.

Sur le court-courrier, HOP! Air France propose 16 nouvelles liaisons depuis ou vers la Corse, ainsi que des destinations au départ de toutes les régions françaises.

Et pour une expérience au firmament, les clients pourront embarquer à bord du Boeing 787 Dreamliner : ce havre de confort et de technologies innovantes les emportera vers 9 destinations desservies par Air France et 18 destinations proposées par KLM.

GREAT ESCAPES

With Air France-KLM, travelers are sure to find destinations that beguile, satisfy and intrigue them, or that open up professional horizons. Long-haul, low-cost, regional flights... All of the Group's airlines are constantly adding to their range of destinations, in keeping with its vocation and added value. Together they thus offer access to the whole world.

In 2017, Air France-KLM carried its customers to 53 new destinations. For the Summer 2018 season, it is inaugurating 74 new routes, a record in the history of the Group. Among them, 9 concern long-haul, 45 short- and medium-haul and 24 are operated by Transavia.

In long-haul, for the first time, Fortaleza in Brazil is served by Joon outbound from Paris-Charles de Gaulle and by KLM from Amsterdam-Schiphol. Also worthy of mention on departure from Paris, the new Air France services to Nairobi in Kenya, Taipei in Taiwan and Seattle in the United States. From now on, Joon will also be carrying customers to Mahé, in the Seychelles. Furthermore, KLM has opened a new service to Mumbai, in India, on departure from Amsterdam.

In medium-haul, the Dutch company is now serving Växjö in Sweden while, for its part, Air France has added Cork in Ireland and Catania in Italy to its catalogue of destinations, while entrusting its little sister Joon with a number of destinations like Naples and Rome in Italy, Bergen and Oslo in Norway and Lisbon in Portugal. Transavia is also adding several strings to its bow with, notably, Belgrade in Serbia and Ljubljana in Slovenia, along with various destinations in Morocco, Greece and Tunisia.

In short-haul, HOP! Air France is offering 16 new services to/from Corsica, as well as destinations on departure from all the French regions.

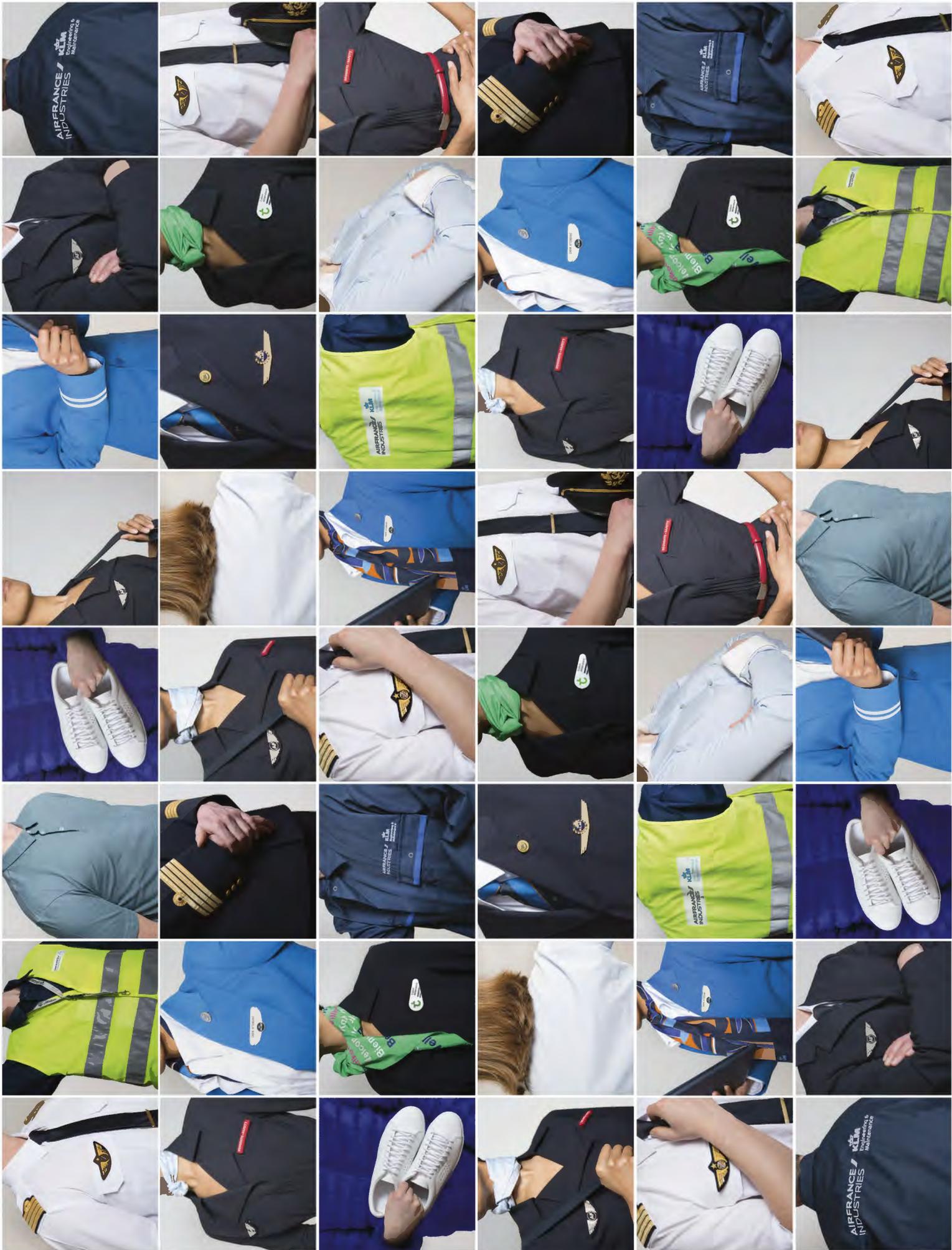
And for a truly stellar experience, customer will be able to step on board the Boeing 787 Dreamliner: this haven of comfort and innovative technologies will carry them to 9 destinations served by Air France and 18 proposed by KLM.



INTERPRÉTATION DE L'ARTISTE / ARTIST'S INTERPRETATION

Née en 1991 à Séoul, en Corée du Sud, KangHee Kim vit à New York, aux États-Unis. Elle explore un univers surréaliste et coloré avec un principe de collage d'images qui s'entremêlent. Issue de la série « Street Errands », cette photographie évoque la sensation d'évasion ressentie à la simple évocation des destinations proposées par le Groupe.

Born in 1991, in Seoul, South Korea, KangHee Kim lives in New York, United States. She explores a surrealist and colourful universe based on a principle of intermingled collage images. Originating from the "Street Errands" series, this photograph evokes the feeling of escape via a simple allusion to the destinations proposed by the Group.



© Roos Quakernaat

CONJUGUER LES ÉNERGIES

Pour faire germer les idées innovantes, accompagner la transformation du Groupe et attirer les talents de demain, Air France comme KLM mettent à profit toute la puissance du digital. Les deux compagnies déploient de nouveaux outils, de nouveaux process et de nouveaux lieux d'innovation 100 % dédiés au numérique. Tout est fait pour libérer les énergies et valoriser l'intelligence collective.

Chez Air France, la « Digital Factory » a ainsi vu le jour en 2017. Véritable agence interne au service de tous les métiers de la compagnie, elle favorise l'incubation et l'accélération de projets digitaux. Transverse, elle réunit les équipes projets et les experts du numérique pour travailler de manière collaborative. En insufflant une véritable culture digitale, elle diffuse aussi de nouvelles manières de penser et de travailler à travers le Groupe. Fin 2018, la Digital Factory s'installera dans un nouvel espace de 600 m², situé en plein cœur du siège d'Air France à Paris-Charles de Gaulle. Vitrine de l'innovation digitale de la compagnie, ce lieu sera ouvert à tous les partenaires, internes comme externes.

Côté KLM, le Digital Studio rassemble quant à lui 200 personnes issues de toute la compagnie sur 2 200 m², à Amsterdam-Schiphol Est, au plus près des équipes métiers de la compagnie. Son rôle : les aider, grâce au digital, à mieux servir les clients dans les activités de transport passagers, cargo, engineering et maintenance, mais aussi en interne dans les domaines des ressources humaines et de la finance. Convaincu que les collaborateurs peuvent être les plus grands innovateurs, le Digital Studio implique largement les personnels de KLM dans la conception et le développement de nouvelles idées.

COMBINING ENERGIES

To facilitate the generation of innovative ideas, support the Group's transformation and attract the talents of the future, both Air France and KLM are harnessing all the power of digital. The two companies are deploying new tools, new processes and new innovation spaces 100% dedicated to digital. Everything is aimed at unleashing energy and leveraging the collective intelligence.

At Air France, the Digital Factory was created in 2017. A fully-fledged in-house agency at the service of all the company's professions, it promotes the incubation and acceleration of digital projects. As a cross-cutting initiative, it unites the project teams and digital experts, enabling them to work in collaborative mode. By imbuing a real digital culture, they also promote new ways of thinking and working across the Group. At the end of 2018, the Digital Factory will be moving to a new 600 m² space situated at the heart of the Air France head office at Paris-Charles de Gaulle. Showcasing the company's digital innovation, this space will be open to all the partners, both in-house and external.

At KLM, the Digital Studio welcomes 200 people from across the company to premises spanning 2,200 m² at Amsterdam-Schiphol Est, right next door to the operational teams. Its role: thanks to digital, to help the passenger and cargo transportation and engineering & maintenance businesses serve customer more effectively but also to contribute to the in-house human resources and finance functions. Convinced that employees are potentially the greatest innovators, the Digital Studio involves all KLM staff in the design and development of new ideas.



INTERPRÉTATION DE L'ARTISTE / ARTIST'S INTERPRETATION

Née en 1989 à Amsterdam, aux Pays-Bas, Roos Quakernaat aime établir des connexions entre le corps humain et les objets ou les vêtements. Ici, cela lui permet de montrer l'expressivité des postures adoptées par chaque collaborateur, évoquant la diversité des expertises, l'échange, et l'interaction avec les clients.

Born in 1989 in Amsterdam, the Netherlands, Roos Quakernaat loves making connections between the human body and objects or clothes. Here, this enables her to show the expressiveness of the postures adopted by each member of staff, evoking the diversity of expertise along with their contact and interaction with customers.



EN APESANTEUR

Air France Industries KLM Engineering & Maintenance (AFI KLM E&M) est un leader mondial de l'ingénierie et de la maintenance des flottes d'avions, tant pour les appareils d'Air France-KLM que pour ceux des clients du Groupe. L'entreprise met en œuvre des technologies de pointe pour optimiser la disponibilité des avions en diminuant le nombre et l'impact des pannes, tout en assurant le plus haut niveau de sécurité.

Opérationnelle depuis 2015, la solution de maintenance prédictive Prognos met à profit toute la puissance du big data et la connectivité accrue des appareils. La gamme couvre désormais les avions avec Prognos for Aircraft, les moteurs avec Prognos for Engines, les groupes auxiliaires de puissance avec Prognos for APU, mais aussi l'optimisation de la gestion des stocks avec Prognos for Inventory. Son déploiement se poursuit sur une large gamme de type avion et moteur.

Concrètement, les données générées en vol ou au sol sont collectées et traitées en temps réel au sein d'une base de données qui ne cesse de s'enrichir. Ces données sont ensuite analysées à l'aide d'algorithmes ou modèles prédictifs, conçus par les ingénieurs d'AFI KLM E&M. Grâce à des alertes émises avant que les pièces ne deviennent défectueuses, il est possible de les réparer ou de les changer lors des opérations de maintenance déjà prévues en évitant ainsi d'affecter le programme des vols. Avec, à la clé, des coûts fortement réduits, des performances renforcées et une sécurité des vols maximale. Un exemple : les premiers systèmes couverts par Prognos for Aircraft, sont aujourd'hui sortis du top 5 des causes de retards et d'annulations de vol.

Prognos est issu du « MRO Lab », vaste programme d'innovation visant à construire la maintenance aéronautique de demain en répondant aujourd'hui aux enjeux des compagnies aériennes. Ce programme s'appuie sur un ambitieux dispositif interne d'innovation participative, qui a permis de faire émerger plus de 4 400 idées en 2017, dont certaines sont déjà mises en œuvre. Il intègre aussi de nombreux centres de R&D et un large écosystème ouvert impliquant des universités, des incubateurs d'entreprises et de nombreux partenaires.

WEIGHTLESSNESS

Air France Industries KLM Engineering & Maintenance (AFI KLM E&M) is a world leader in aeronautics engineering and maintenance, for both the Air France-KLM aircraft and those of the Group's clients. The company deploys leading-edge technologies to optimize the availability of aircraft by reducing the number and impact of breakdowns, whilst ensuring the highest-possible level of safety.

Operational since 2015, the Prognos range of predictive maintenance solutions harnesses all the power of big data and the increased connectivity of aircraft. The range now covers aircraft with Prognos for Aircraft, engines with Prognos for Engines, and auxiliary power systems with Prognos for APU, but also the optimization of inventory management with Prognos for Inventory. Its deployment is ongoing on a wide range of aircraft and engine types.

Concretely, the data generated in flight and on the ground are collated and processed in real time within an ever-increasing database. This data is subsequently analyzed with the help of algorithms and predictive models, designed by the AFI KLM E&M engineers. Thanks to alerts issued prior to component failures, it is possible to repair or replace them during preplanned maintenance operations thereby avoiding any impact on flight schedules. With, into the bargain, significantly lower costs, greater efficiency and the highest-possible level of flight safety. One example: the first systems covered by Prognos for Aircraft are no longer among the top five causes of flight delays and cancellations.

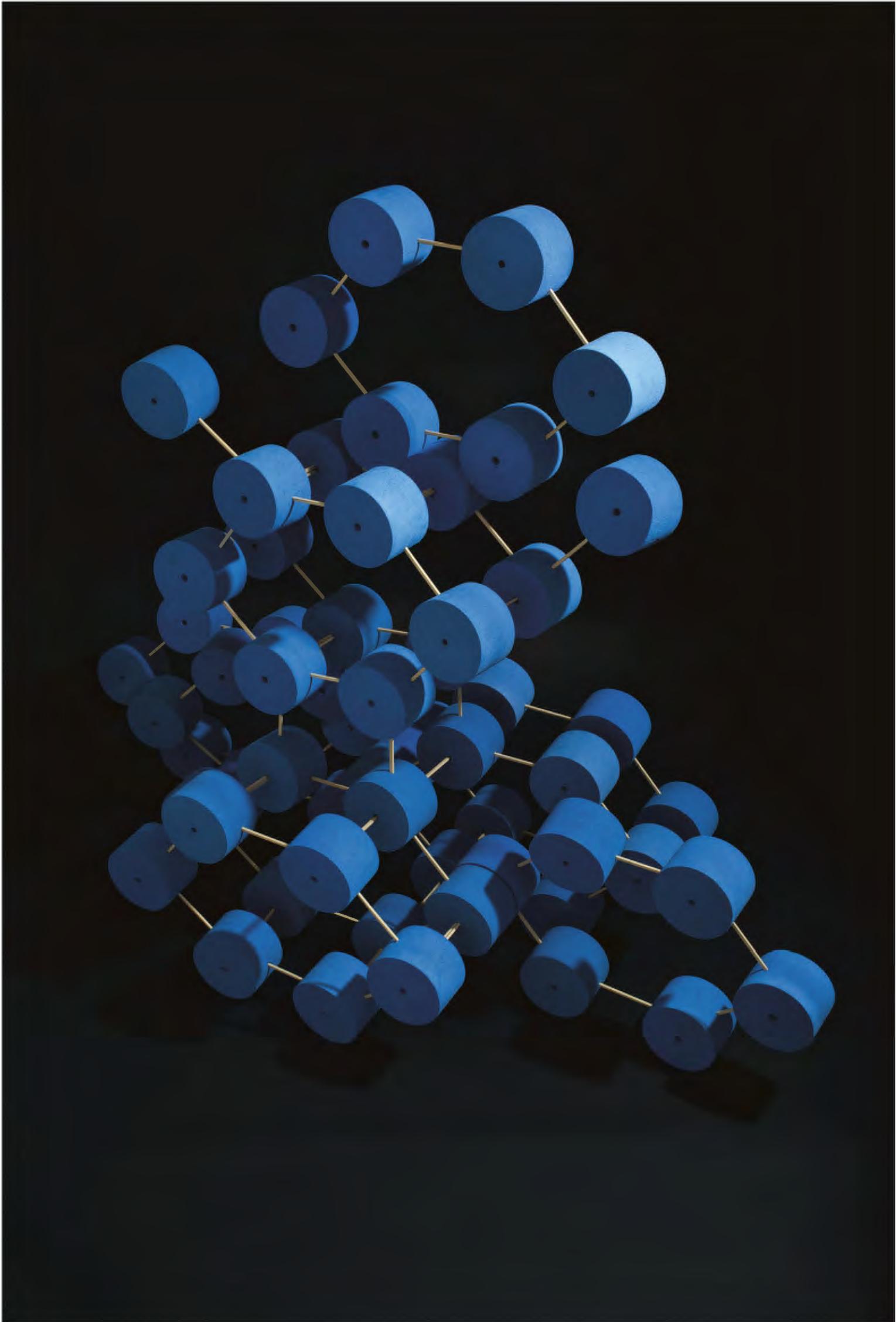
Prognos was developed by the MRO Lab, a vast innovation initiative aimed at building the aeronautics maintenance of the future by offering solutions to today's airline challenges. The latter is supported by an ambitious in-house participatory innovation program which generated more than 4,400 ideas in 2017, some of which are already in operation. It also includes multiple R&D centers and an extensive open ecosystem involving universities, business incubators and numerous partners.



INTERPRÉTATION DE L'ARTISTE / ARTIST'S INTERPRETATION

Né en France en 1989, Valentin Fougeray questionne la perception et illustre à travers ses œuvres l'ambiguïté de l'espace, du temps et du réel. Il se saisit ici de formes, de textures et de matériaux variés pour faire résonner la notion de précision, intimement liée à l'activité maintenance du Groupe.

Born in France in 1989, Valentin Fougeray questions perception and, through his works, illustrates the ambiguity of space, time and reality. Here he uses different shapes, textures and materials to echo the idea of precision which is intimately linked to the Group's maintenance business.



INTERCONNEXIONS

Air France-KLM fait vivre et grandir un réseau d'alliances étendu, constituant un puissant levier de croissance. Cette stratégie s'inscrit au cœur du projet d'entreprise Trust Together, avec des coopérations qui profitent à tous : aux clients du Groupe, qui accèdent à une offre incomparable. Et aux partenaires, qui enrichissent mutuellement leur palette de destinations et de services, tout en bénéficiant de synergies opérationnelles.

En juillet 2017, Air France-KLM a ainsi annoncé la création d'une nouvelle joint-venture transatlantique globale avec Delta Air Lines et Virgin Atlantic dont la mise en œuvre est prévue pour 2019. Le Groupe a aussi intensifié ses liens avec China Eastern Airlines qui, tout comme Delta Air Lines, représente 8,8 % de son capital à la suite d'une prise de participation par augmentation du capital ; et investira dans 31 % du capital de Virgin Atlantic début 2018. Ce modèle d'alliances par lien capitalistique est l'un des plus aboutis de l'industrie du transport aérien, et positionne Air France-KLM comme le pilier européen du premier réseau mondial de compagnies aériennes.

À noter également en 2017 : une coopération renforcée d'Air France-KLM avec Jet Airways en Inde, les deux compagnies travaillant ensemble pour développer leur activité et leur offre commerciale entre l'Europe et l'Inde. Air France a également développé une joint-venture avec Vietnam Airlines permettant l'optimisation des connexions, des produits et des services des deux partenaires.

Air France et KLM ont par ailleurs annoncé le lancement de nouveaux vols au départ de Paris et d'Amsterdam vers Fortaleza au Brésil à partir de mai 2018, connectant ainsi l'Europe au nouveau hub stratégique de leur partenaire GOL pour mieux desservir le nord-est du Brésil. À la saison été 2018, Air France rejoint la joint-venture KLM-Kenya Airways avec l'ouverture d'une nouvelle liaison Paris - Nairobi, en partage de codes avec Kenya Airways.

INTERCONNECTIONS

Air France-KLM is developing and expanding an extensive network of strategic alliances, constituting a powerful lever for growth. This strategy is an integral part of the Trust Together corporate project, with cooperation that benefits everyone. The Group's customers, who have access to an unparalleled offer. And partners, who enhance their mutual proposition of destinations and services, while benefiting from operational synergies.

In July 2017, Air France-KLM thus announced the creation of a new single trans-Atlantic joint-venture with Delta Air Lines and Virgin Atlantic whose implementation is planned for 2019. The Group also strengthened its links with China Eastern Airlines which, like Delta Air Lines, now holds 8.8% of the Group's share capital having acquired this stake via a capital increase. It will invest in Virgin Atlantic by purchasing a 31% stake in early 2018. This alliance model based on equity links is one of the most advanced in the air transport industry and positions Air France-KLM as the European pillar in the world's number one airline network.

Also noteworthy in 2017: reinforced cooperation between Air France-KLM and Jet Airways in India, the two companies working together to develop their activity and commercial proposition between Europe and India. Furthermore, Air France developed a joint-venture with Vietnam Airlines enabling the optimization of the two companies' connections, products and services.

Air France and KLM also announced the launch of new flights on departure from Paris and Amsterdam to Fortaleza in Brazil as of May 2018, thereby connecting Europe to their partner GOL's new strategic hub, to serve the northeast of Brazil more effectively. In the Summer 2018 season, Air France is joining the KLM-Kenya Airways joint venture with the opening of a new Paris-Nairobi route, under code share with Kenya Airways.



TOUR D'HORIZON DE NOS PRINCIPAUX PARTENAIRES (1)

EUROPE	Aeroflot – Air Europa – Alitalia – Czech Airlines – Tarom – AtlasGlobal
AMÉRIQUE DU NORD	Delta Air Lines – WestJet Airlines
AMÉRIQUE CENTRALE	Aeroméxico – Copa Airlines
AMÉRIQUE DU SUD	GOL – Aerolíneas Argentinas
AFRIQUE/OCÉAN INDIEN	Kenya Airways – Air Mauritius
MOYEN-ORIENT	Middle East Airlines – Saudia
ASIE	China Airlines – China Eastern Airlines – China Southern Airlines Garuda Indonesia – Jet Airways – Korean Air Vietnam Airlines – Xiamen Airlines

(1) Liste non exhaustive : Air France-KLM compte plus de 80 partenaires à travers le monde.

A SNAPSHOT OF OUR MAIN PARTNERS(1)

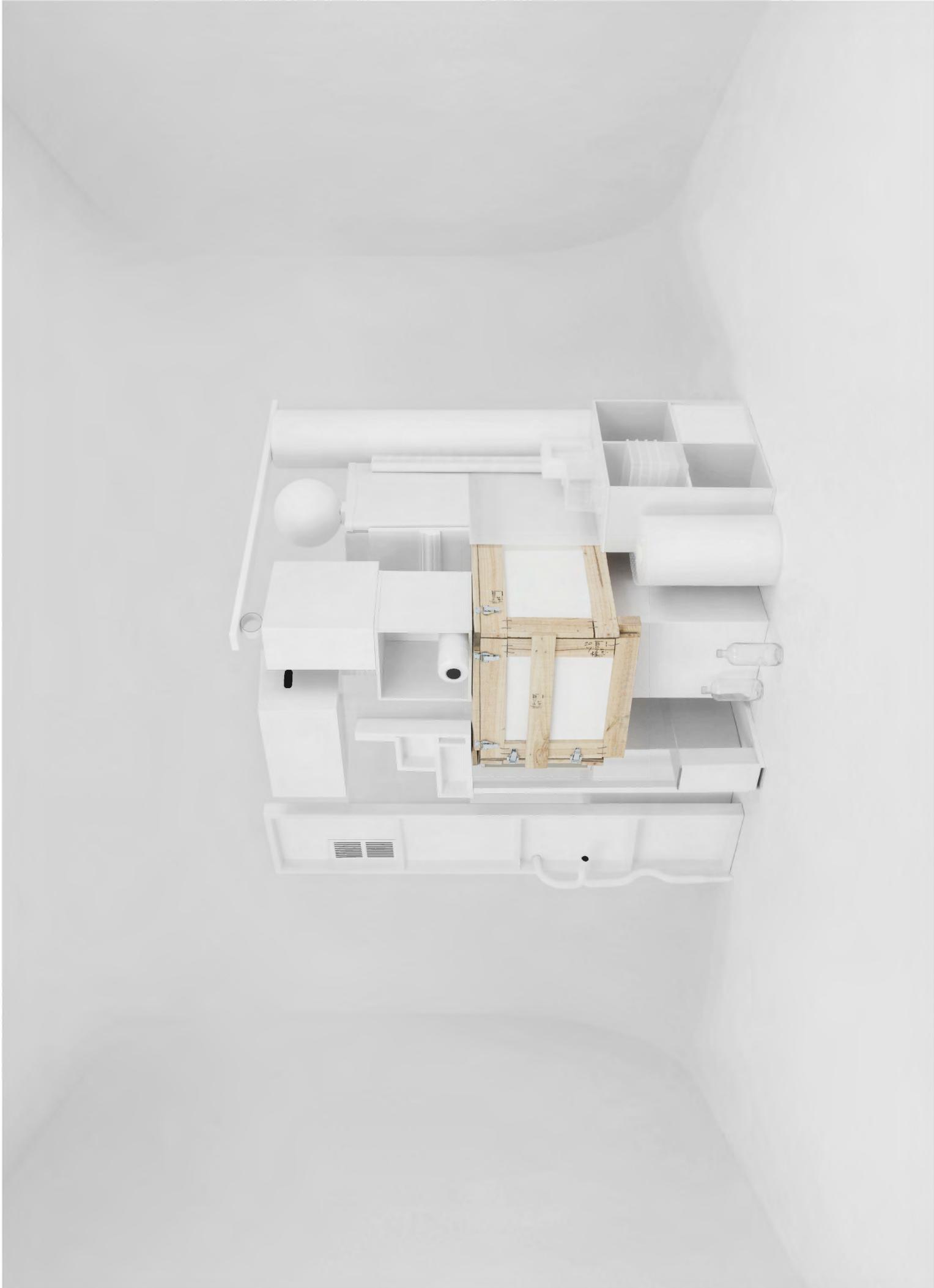
EUROPE	Aeroflot – Air Europa – Alitalia – Czech Airlines – Tarom – AtlasGlobal
NORTH AMERICA	Delta Air Lines – WestJet Airlines
CENTRAL AMERICA	Aeroméxico – Copa Airlines
SOUTH AMERICA	GOL – Aerolíneas Argentinas
AFRICA/INDIAN OCEAN	Kenya Airways – Air Mauritius
MIDDLE-EAST	Middle East Airlines – Saudia
ASIA	China Airlines – China Eastern Airlines – China Southern Airlines Garuda Indonesia – Jet Airways – Korean Air Vietnam Airlines – Xiamen Airlines

(1) Non-exhaustive list: Air France-KLM numbers more than 80 partnerships worldwide.

INTERPRÉTATION DE L'ARTISTE / ARTIST'S INTERPRETATION

Née en 1987 en Croatie, Lana Mesić vit et travaille à Rotterdam, aux Pays-Bas. Elle s'intéresse particulièrement à la manière dont le cerveau humain donne corps aux notions abstraites. Ici, à travers une molécule, elle rend visible la puissance du réseau de partenaires du Groupe et les connexions de confiance entre ses membres.

Born in Croatia in 1987, Lana Mesić lives and works in Rotterdam, the Netherlands. She is particularly interested in the way in which the human brain gives life to abstract ideas. Here, through a molecule, she embodies the power of the Group's network of partners and the relationship of trust between its members.



JEU D'IMBRICATIONS

En 2017, Air France KLM Martinair Cargo a transporté 1,1 million de tonnes de fret. Une activité stratégique qui contribue directement aux performances du Groupe sur les lignes qu'il exploite : grâce à des soutes plus grandes, la majeure partie du fret est en effet désormais transportée dans les avions passagers.

Parmi sa palette de solutions, Air France KLM Martinair Cargo a développé une expertise au plus haut niveau du marché sur le transport des produits pharmaceutiques. La certification IATA CEIV Pharma obtenue en 2016 atteste notamment de la qualité de ses procédures et de ses pratiques.

L'entreprise est l'une des plus importantes au monde dans cette activité, avec un chiffre d'affaires de 197 millions d'euros et 71000 tonnes de fret transporté en 2017. Les ventes de son produit « Controlled Cool Chain 15-25 » ont notamment progressé de 40 %, la plage de température située entre +15 °C et +25 °C devenant depuis trois ans une norme très répandue dans le transport pharmaceutique.

Pour offrir à ses clients un transport pharmaceutique toujours plus personnalisé, Air France KLM Martinair Cargo étoffe sans relâche ses infrastructures et ses services. À l'aéroport de Boston, aux États-Unis, l'entreprise a par exemple revu ses procédures pour pouvoir traiter davantage d'envois de produits sensibles à la température. Même ambition à New York, ou à Montevideo, en Uruguay, avec de toutes nouvelles installations. En complément de son réseau mondial de 300 escales pouvant traiter des produits pharmaceutiques, Air France KLM Martinair Cargo continue à investir dans de nouvelles installations, de nouveaux traceurs de température et de localisation. Des solutions digitales innovantes sont également déployées pour mieux exploiter et mettre à disposition des clients les données enregistrées par ces traceurs.

Air France KLM Martinair Cargo est ainsi parfaitement positionné pour poursuivre son développement sur ce marché en pleine expansion : les expéditions de produits pharmaceutiques devraient en effet connaître une croissance annuelle de 16 % au cours des deux prochaines années.

Source : IATA.



INTERLINKING INFRASTRUCTURE

In 2017, Air France KLM Martinair Cargo transported 1.1 million tons of freight. A strategic business which contributes directly to the Group's performance on the routes it operates: thanks to larger bellies, most freight is now carried in the passenger aircraft.

Amongst its range of solutions, Air France KLM Martinair Cargo has developed expertise in the transportation of pharmaceuticals at the highest level of the market. The IATA CEIV Pharma certification obtained in 2016 notably attests to the quality of its procedures and practices.

In this business, the company is one of the largest in the world, with revenues of €197 million and 71,000 tons of cargo transported in 2017. Sales of its Controlled Cool Chain 15-25 product have notably increased by 40%, the +15°C to +25°C temperature bracket having become a very widespread norm in pharmaceutical transportation in the past three years.

To offer its customers ever-more personalized pharmaceutical transportation, Air France KLM Martinair Cargo is constantly reinforcing its infrastructures and services. At Boston airport in the United States, for example, the company has reviewed its procedures to be able to handle more shipments of temperature-sensitive products. The same goal in New York and Montevideo in Uruguay, with brand new facilities. In addition to its global network of 300 outstations capable of handling pharmaceutical products, Air France KLM Martinair Cargo continues to invest in new facilities, and temperature and localization tracers. Innovative digital solutions are also deployed to exploit the data recorded by these tracers more effectively and make it available to customers.

Air France KLM Martinair Cargo is thus perfectly positioned to pursue its development in this rapidly growing market, with shipments of pharmaceutical products expected to see annual growth of 16% over the next two years.

Source: IATA.

INTERPRÉTATION DE L'ARTISTE/ARTIST'S INTERPRETATION

Né en France en 1989, Valentin Fougeray questionne la perception et illustre à travers ses œuvres l'ambiguïté de l'espace, du temps et du réel. Ici, il met en scène une construction expérimentale pour faire écho à la modularité, l'efficacité et l'adaptabilité des solutions cargo du Groupe.

Born in France in 1989, Valentin Fougeray questions perception and, through his works, illustrates the ambiguity of space, time and reality. Here he showcases an experimental construction to echo the modularity, effectiveness and flexibility of the Group's cargo solutions.



© Shuwei Liu

UN AUTRE REGARD

Depuis plusieurs années, Air France-KLM est à la pointe du secteur aérien en matière de développement durable, avec un objectif ambitieux : réduire de 20 % ses émissions de CO₂ d'ici à 2020. En 2017, le Groupe a continué à ouvrir de nouvelles voies pour un transport aérien plus respectueux de son environnement.

En vol, la flotte du Groupe bénéficie d'une stratégie de modernisation soutenue, avec à la clé des performances environnementales sans cesse améliorées. Le Boeing 787 Dreamliner est par exemple un des appareils les moins polluants à ce jour, avec des émissions de CO₂ et une consommation de carburant réduites de 20 %. Le nouvel Embraer E175+, intégré dans la flotte de KLM, consomme quant à lui 22 % de carburant de moins que ses aînés.

Le Groupe mise aussi sur l'éco-pilotage : chaque fois que c'est possible, les pilotes appliquent les procédures les plus efficaces sur le plan énergétique, par exemple en adaptant la vitesse ou les plans de vol. Air France-KLM est également très engagé dans le développement des biocarburants durables, permettant de réduire les émissions de CO₂ jusqu'à 80 % par rapport à un carburant classique.

Au sol, Air France et KLM déploient des procédures opérationnelles spécifiques pour diminuer l'impact de leurs activités. Les avions peuvent notamment rouler en utilisant un seul de leurs moteurs. Le résultat : une diminution immédiate et importante de leurs émissions. Autre exemple : des groupes auxiliaires électriques peuvent être utilisés pour faire fonctionner les systèmes de bord. Plus propres, ils remplacent le générateur auxiliaire de l'avion, alimenté au kérosène.

Les deux compagnies font aussi le choix de privilégier les véhicules et engins de piste électriques. Près de la moitié des engins de piste utilisés à Paris-Charles de Gaulle et à Amsterdam-Schiphol sont déjà électriques. Pour réduire les émissions locales dans les zones de maintenance des avions, Air France Industries KLM Engineering & Maintenance augmente aussi progressivement la part des équipements électriques.

A DIFFERENT VISION

Air France-KLM has long been an airline industry frontrunner in terms of sustainable development, with an ambitious target: reduce its CO₂ emissions by 20% by 2020. In 2017, the Group continued to open up new avenues aimed at air transportation which is more respectful of its environment.

In flight, the Group's fleet is benefiting from a sustained modernization strategy with, into the bargain, ever-improving environmental performances. For example, the Boeing 787 Dreamliner is among the least polluting aircraft to date, with a 20% reduction in CO₂ emissions and fuel consumption. The new Embraer E175+, which has joined the KLM fleet, consumes some 22% less fuel than its predecessors.

The Group also puts the emphasis on eco-piloting: whenever possible, the pilots apply the most energy-efficient in-flight procedures by, for example, adapting speed or the flight plans. Air France-KLM is also very committed to developing sustainable biofuels, enabling a reduction in CO₂ emissions of up to 80% relative to a traditional fuel.

On the ground, Air France and KLM deploy special operational procedures to mitigate the impact of their activities. Aircraft can notably taxi using just one engine. The result: an immediate and substantial reduction in their emissions. Another example: auxiliary power units can be used to operate onboard systems. They are cleaner and replace the aircraft's own auxiliary generator which runs on kerosene.

The two companies have also chosen to prioritise electric vehicles and runway equipment. Nearly half the ground support equipment used at Paris-Charles de Gaulle and Amsterdam-Schiphol are already electric. To reduce the local emissions in aircraft maintenance zones, Air France Industries KLM Engineering & Maintenance is also progressively increasing the proportion of electric equipment.



INTERPRÉTATION DE L'ARTISTE / ARTIST'S INTERPRETATION

Né en 1985, Shuwei Liu vit à Shanghai, en Chine. Avec cette photographie prise sous la mer, il évoque à la fois l'infinie beauté de la planète et sa fragilité, matérialisée par une galaxie de débris en suspension. Cette image fait écho à la mobilisation constante du Groupe pour réduire son empreinte environnementale.

Born in 1985, Shuwei Liu lives in Shanghai, China. With this photograph taken under the sea, he evokes both the infinite beauty of the planet and its fragility, represented by a galaxy of floating debris. This image echoes the constant mobilization of the Group around reducing its environmental footprint.



© Arthur Gori

UN AUTRE POINT DE VUE

Améliorer la vie d'enfants vulnérables, dans la durée, partout dans le monde : telle est la raison d'être partagée par la Fondation Air France et Wings of Support, l'association créée par les collaborateurs de KLM.

La Fondation Air France fonde son action sur une conviction : celle que l'accès à l'éducation, à la formation et à la culture constitue le meilleur bagage pour affronter chaque étape de la vie. Sa vocation : soutenir des projets en faveur d'enfants et de jeunes malades, handicapés ou en grande difficulté dans tous les pays où la compagnie est présente. Concrètement, Air France aide les associations ou les organisations non gouvernementales sur le terrain, en leur apportant un soutien financier. Construction ou rénovation d'écoles, de crèches, de bibliothèques, soutien scolaire, insertion sociale par le sport ou les arts, opérations de soutien à la suite de catastrophes naturelles... À ce jour, 1338 projets ont été financés dans 80 pays par la Fondation Air France, qui a fêté en 2017 ses 25 ans d'existence.

Wings of Support a pour sa part été créée en 1998 par des collaborateurs de KLM, touchés par la situation de nombreux enfants dans les pays où ils se rendent régulièrement. Indépendante, l'association accompagne des actions locales ciblées sur l'éducation, le logement et les soins médicaux, en impliquant au maximum la population locale. En 2017, elle a soutenu 75 projets dans plus de 20 pays. Wings of Support a par ailleurs signé un nouvel accord de coopération avec KLM, désignant l'association comme partenaire officiel de la compagnie.

ANOTHER PERSPECTIVE

Improving the lives of vulnerable children, over the long term, everywhere in the world: such is the reason d'être shared by the Air France Foundation and Wings of Support, the association created by KLM staff.

The Air France Foundation bases its action on one conviction: that access to education, training and culture can equip children to contend with all phases of life. Its vocation: support projects to the benefit of vulnerable, disabled and sick children and young people in every country where the company is present. Concretely, Air France assists in-field associations and non-governmental organizations, by giving them financial support. From the construction and renovation of schools, childcare centers and libraries through to educational materials, social integration through sport and the arts, and humanitarian operations following natural disasters, etc. To date, the Air France Foundation, which celebrated its 25-year anniversary in 2017, has financed 1,338 projects across 80 countries.

For its part, Wings of Support was created in 1998 by KLM staff touched by the situation of numerous children in the countries they visited regularly. This independent association supports targeted local initiatives in the areas of education, housing and medical care, with the maximum involvement of the local population. During 2017, it supported 75 projects in more than 20 countries. Wings of Support also signed a new cooperation agreement with KLM, naming the association an official partner of the airline.



POUR EN SAVOIR PLUS

FOR MORE, GO TO

fondation.airfrance.com

wingsofsupport.org.com

INTERPRÉTATION DE L'ARTISTE / ARTIST'S INTERPRETATION

Agé de 27 ans, Arthur Gori est aujourd'hui graphiste au magazine *Fluide glacial*. Cette image a été prise à Natal, au Brésil, où son association Pixo mène un projet de développement territorial. Elle parle de solidarité, d'enfance, d'éducation... Et résonne avec la mobilisation de la Fondation Air France et de Wings of Support.

Aged 27, Arthur Gori is currently a graphic designer for *Fluide Glacial* magazine. This photograph was taken in Natal, Brazil, where its Pixo association is involved in a territorial development project. It speaks of solidarity, childhood, education... And echoes the mobilization of the Air France Foundation and Wings of Support.

Rapport annuel 2017 réalisé par
la Direction de la Communication d'Air France-KLM

Conception et réalisation :  havas *Paris*

Crédit photo : Photothèque Air France-KLM

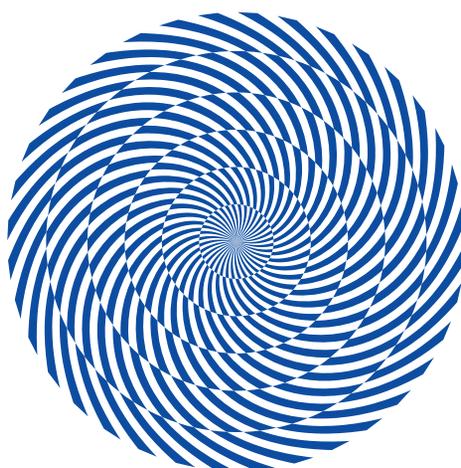
Ce document est imprimé par Wands
sur papier Print Speed.

2017 Annual Report produced by
Air France-KLM's Communication Department

Design and realization:  havas *Paris*

Photo credit: Air France-KLM photograph library

This document is printed by Wands
on Print Speed paper.



VISUAL FLIGHT

L'EXPOSITION VIRTUELLE DU RAPPORT ANNUEL 2017
DU GROUPE AIR FRANCE-KLM

VIRTUAL PRESENTATION OF THE AIR FRANCE-KLM GROUP'S
2017 ANNUAL REPORT

À DÉCOUVRIR EN LIGNE
sur le site du groupe Air France-KLM

FIND IT ONLINE
at the Air France-KLM Group's website

visualflight.airfranceklm.com

Partagez vos impressions de cette visite virtuelle
sur les réseaux sociaux

Share your impressions of this virtual visit
on the social media

#AFKLMVISUALFLIGHT

Pour prolonger l'expérience
et passer du virtuel au réel,
l'ensemble de l'exposition des œuvres
est à découvrir du
18 juin au 31 août 2018

To prolong the experience
and move from virtual to real,
all of the works will be
on show between
June 18 and August 31, 2018

Salon Air France
Aéroport de Paris-Charles de Gaulle
Terminal 2E – Hall M
Tous les jours de 5 h 30 à 16 h 30

Air France Lounge
Paris-Charles de Gaulle Airport
Terminal 2E – Hall M
Every day from 5h30 to 16h30