

AIRFRANCE KLM



**RAPPORT
DÉVELOPPEMENT
DURABLE**

2014

Rapport développement durable 2014

Sommaire

ÉDITO	3
ENTRETIEN CROISÉ	4
CONTEXTE DU TRANSPORT AÉRIEN	7
RÉSULTATS FINANCIERS	8
CHIFFRES CLÉS 2014	9
GOVERNANCE	10
Approche développement durable	12
Stratégie développement durable	14
Gouvernement d'entreprise	16
Actionnaires	17
Sécurité	18
Gestion des risques	19
Éthique	20
Positions publiques	21
ENVIRONNEMENT	22
Objectifs et réalisations 2014	24
Chiffres clés	26
Changement climatique	27
Empreinte carbone	28
Carburants alternatifs durables	30
Bruit	32
Qualité de l'air	33
Déchets	34
Énergie et eau	36
Recherche et innovation	38
Biodiversité	39
EXPÉRIENCE CLIENT	40
Objectifs et réalisations 2014	42
Notre démarche	42
Dialogue client	44
Achats responsables	46
Bonnes pratiques	48
Des produits innovants et responsables	50
POLITIQUE SOCIALE	52
Objectifs et réalisations 2014	54
Chiffres clés	56
Une politique responsable	57
Santé et sécurité au travail	58
Égalité des chances	60
Un groupe international	61
DÉVELOPPEMENT LOCAL	62
Objectifs et réalisations 2014	64
Impact économique	65
Développement local autour de nos bases principales	66
Développement local à destination	68
Partenariats solidaires	70
INDICATEURS	72



“ Air France-KLM se mobilise pour construire le voyage de demain. Un voyage que nous voulons attentionné, innovant et responsable. ”

Dans un environnement qui évolue très rapidement, le groupe Air France-KLM poursuit sa transformation engagée depuis trois ans. La demande de transport aérien se développe et ouvre des perspectives nouvelles.

Pour en tirer parti et renforcer nos positions face à la concurrence, nous investissons dans nos produits et nos services. Nous développons nos deux hubs de Paris-Charles-de-Gaulle et d'Amsterdam-Schiphol, portes qu'Air France-KLM ouvre sur le monde. Cela exige un effort constant d'attractivité, de compétitivité et de communication auprès de toutes nos parties prenantes.

Air France-KLM se mobilise pour construire le voyage de demain. Un voyage que nous voulons attentionné, innovant et responsable. Conscients du rôle moteur que nous pouvons jouer auprès de nos clients, de nos partenaires, de nos fournisseurs et de notre secteur tout entier, nous plaçons l'innovation, comme l'engagement sociétal et environnemental, au cœur de notre stratégie d'entreprise. Cet engagement est affirmé chaque année par notre adhésion au Pacte Mondial des Nations Unies.

Intégrer plus encore le développement durable dans nos opérations, créer une dynamique de progrès avec tous les collaborateurs, trouver des solutions originales dans tous les domaines, tels sont les objectifs qui nous permettront de concevoir notre activité autrement.

En 2015, la France accueille la Conférence Climat COP21. C'est une opportunité pour montrer qu'Air France-KLM s'engage à mieux répondre aux attentes de ses clients et à anticiper les évolutions de notre société. ●

Alexandre de Juniac
Président-directeur général
Air France-KLM



Entretien croisé

Le groupe en 2014 et les perspectives pour les années à venir

QUEL BILAN TIREZ-VOUS DU PLAN TRANSFORM, QUELS SONT SES RÉSULTATS POUR LE GROUPE AIR FRANCE-KLM ?

Alexandre de Juniac

Le plan stratégique Transform 2015, lancé en 2012, a permis de considérablement redresser la compétitivité d'Air France-KLM. Nous avons réduit la dette du groupe et mené des programmes de diminution des coûts. En parallèle, nous poursuivons la montée en gamme de notre offre initiée depuis trois ans. Le groupe a investi un milliard de dollars pour offrir, sur tous ses long-courriers, des services d'une qualité répondant aux standards mondiaux les plus élevés. Cela nous permet de revenir dans le peloton de tête des meilleures compagnies internationales. Le taux de satisfaction des clients qui ont voyagé dans nos nouvelles cabines a quasiment doublé et nous montre que nous sommes sur la bonne voie.

La réduction de la dette, la diminution de nos coûts et l'amélioration de nos produits et services sont autant de résultats tangibles des efforts réalisés par les 100 000 salariés du groupe depuis trois ans. La prochaine étape est celle de la reconquête avec Perform 2020, notre nouveau plan.

ET CHEZ AIR FRANCE ET CHEZ KLM ?

Frédéric Gagey

Transform a bien fonctionné et a créé une vraie dynamique pour le retour à l'équilibre financier d'Air France. Ses effets vont se ressentir dès 2015.

Air France mise sur la qualité du service et l'optimisation du confort à bord. Sur le long-courrier, nous allons continuer l'installation de nos suites La Première et de nos nouvelles cabines Business, Premium

Economy et Economy pour offrir un confort optimal à chacun de nos clients. Nous jouons la carte du luxe à la française, de l'excellence de nos produits et de notre cuisine. Cette montée en gamme sera déployée également sur notre réseau moyen-courrier.

Nous avons restructuré notre activité moyen-courrier autour de l'offre Air France pour tous les vols européens desservant le hub de Paris-CDG et de la nouvelle offre HOP! Air France, principalement au départ de Paris-Orly. Il s'agit de mieux satisfaire les attentes du marché et de répondre à nos principaux concurrents.

Nous souhaitons proposer ce qui se fait de mieux dans l'industrie du transport aérien. Par ces positionnements complémentaires, nous voulons nous adresser à l'ensemble de notre clientèle.

Pieter Elbers

Dans un contexte difficile – situation géopolitique internationale troublée, crise économique majeure, volatilité des prix du pétrole, concurrence des compagnies du Golfe et des low-cost – KLM a dû évoluer en profondeur. D'autant plus que le transport aérien reste un secteur fortement réglementé.

Cette année, KLM a cependant poursuivi ses investissements dans ses produits et services ainsi que dans sa flotte. La nouvelle cabine World Business Class a été installée sur nos Boeing 747 et 777-200. Nous avons également fait entrer des Boeing 777 et organisé la sortie des MD-11. Actuellement, nos équipes préparent l'arrivée des 787.

Dans le cadre de Transform 2015, nous nous sommes concentrés sur la réduction des coûts et de la dette nette, tout en améliorant nos produits et services.



Alexandre de Juniac,
Président-directeur général,
Air France-KLM



Frédéric Gagey,
Président-directeur général,
Air France



Pieter Elbers,
Président-directeur général,
KLM

COMMENT VOYEZ-VOUS L'ANNÉE 2015 POUR LE GROUPE AIR FRANCE-KLM ?

Alexandre de Juniac

Le groupe va commencer à déployer le plan Perform 2020. Nous devons renforcer notre position de géant mondial avec un ancrage européen. Notre réseau nous donne un avantage, mais nous devons aller chercher la croissance. Notre programme Été 2015 traduit cette ambition. Nous renforçons également nos partenariats, avec une attention particulière pour l'Asie où notre défi est de saisir chaque opportunité de développement.

Pour le court et moyen-courrier, la croissance passe par une réponse à la concurrence des compagnies low-cost. C'est la raison d'être de notre filiale à bas coûts Transavia, à travers laquelle nous entendons développer notre offre loisir en Europe.

Concernant la maintenance, où Air France-KLM tient le deuxième rang mondial, nous devons rechercher la proximité avec nos clients, en particulier en Amérique du Nord, le premier marché. Enfin, nous poursuivons la restructuration du cargo. D'ici un an, la quasi-totalité du fret sera transportée en

soute des avions de passagers.

Les salariés sont au cœur du dispositif. Nous avons commencé à recueillir leurs propositions de changement via un processus « bottom-up ». Je suis impressionné par les taux de retour élevés et les idées qui sont vraiment très intéressantes.

CETTE ANNÉE, LE DÉPLOIEMENT DE NOUVEAUX PRODUITS ET SERVICES S'EST POURSUIVI CHEZ AIR FRANCE ET KLM. QUELS SONT SELON VOUS LES FACTEURS DE DIFFÉRENCIATION POUR UNE COMPAGNIE AÉRIENNE ?

Frédéric Gagey

Nous essayons de nous démarquer en proposant des offres innovantes et correspondant aux attentes de nos clients. En 2014, nous avons travaillé sur le confort en vol, mais aussi sur les autres aspects du voyage comme le parcours en aéroport. Notre objectif est d'offrir à nos clients un parcours fluide et autonome grâce aux outils numériques et à de nouvelles bornes libre-service. Grâce à ces nouveaux développements, le personnel peut

2
hubs
Paris-CDG
Amsterdam-Schiphol

1^{er}
réseau long-courrier
au départ de l'Europe

316
destinations
dans 115 pays

3
métiers
Passagers, Fret et Maintenance

87,4
millions
de passagers transportés

1,3
million
de tonnes de fret

davantage se concentrer à offrir une relation attentionnée et plus personnalisée à nos clients.

Je pense également que les entreprises ont un rôle sociétal à jouer. Air France essaie de stimuler l'innovation dans les territoires où elle est présente. Nous avons signé la charte des PME innovantes. Nous soutenons des start-up et nous nous engageons à travers des partenariats. Je suis aussi attaché au recours au secteur adapté, qui témoigne de l'engagement d'Air France. Cette année encore la part de nos achats réservée aux entreprises du secteur adapté a augmenté. Nous démontrons ainsi la confiance que nous leur portons.

Pieter Elbers

En 2015, KLM fête ses 95 ans avec l'ambition d'être une compagnie innovante, tournée vers ses clients et flexible. Pour garantir la qualité de notre service, nous continuons à investir dans nos opérations, pour nous dépasser et gagner en efficacité.

Nos salariés développent des solutions innovantes en partageant leur savoir-faire et expériences pour optimiser notre offre. En plus d'investir dans notre flotte et dans nos produits et services, nous travaillons sur la sécurité à Schiphol, une question cruciale pour nos clients.

Depuis 2009, KLM se place en première ligne pour les services proposés sur les réseaux sociaux. Nos clients peuvent nous contacter pour toute question, à tout moment, en 14 langues et sur six plateformes. Nous leur offrons ainsi un dialogue ouvert, authentique et personnalisé. Nous sommes convaincus que cet engagement actif nous permet d'apprendre, d'innover et de nous différencier.

KLM s'efforce également d'améliorer sa position de leader européen en termes de service client, d'innovation et d'efficacité. Nos salariés au contact du public font déjà partie des meilleurs d'Europe, mais nous nous efforçons constamment de nous surpasser en termes de qualité de service. C'est ainsi que nous continuerons à devancer nos concurrents.

EN 2015, QUELS SONT LES DÉVELOPPEMENTS PRÉVUS POUR KLM ?

Pieter Elbers

KLM a lancé sa feuille de route 2015. Bien sûr le volet opérationnel de Perform 2020 prend en compte le développement durable. Nous allons nous efforcer de rester leader de l'indice extra-financier Dow Jones Sustainability Index. Des objectifs ont été définis pour poursuivre nos économies d'énergie, réduire nos déchets et déployer notre offre de restauration responsable à bord. Nous avons l'ambition de réduire nos émissions de CO₂ de 20% d'ici 2020, aussi bien pour nos opérations en vol qu'au sol. La solution ? Le renouvellement de la flotte avec l'entrée de 787-9 et le remplacement de nos Fokker 70 par des Embraer 175. Nous poursuivrons

nos efforts pour développer un marché des biocarburants durables. Par ailleurs, nous avons digitalisé les documents de bord des personnels navigants et avons doté nos équipes au contact du public de tablettes numériques pour un service client optimisé. Nos salariés sont notre principale force, aussi nous nous engageons pour leur santé et leur sécurité, tout en améliorant leur employabilité.

EN 2014, AIR FRANCE A LANCÉ SON PROJET LAB'LINE FOR THE FUTURE. POURRIEZ-VOUS NOUS EN DIRE DAVANTAGE ?

Frédéric Gagey

Je suis très fier de ce projet car je suis persuadé que l'aviation du futur sera innovante et plus respectueuse de l'environnement. Il est une preuve concrète de l'engagement d'Air France dans l'innovation et la recherche. Depuis septembre 2014 et pendant un an, nous opérons un vol par semaine de Toulouse à Paris alimenté en biocarburant. Lab'line est l'occasion pour Air France de présenter toutes ses innovations pour un voyage plus vertueux, qui intègre une dimension environnementale mais aussi sociétale et sociale. En effet, l'aviation reste un trait d'union entre les hommes et les économies.

Au travers de ce projet, nous avons pour ambition de soutenir le développement d'une filière française de production de biocarburant durable. Pour ce faire, nous avons mobilisé 14 partenaires pour créer une véritable dynamique. C'est un défi passionnant à relever.

POUR LA DIXIÈME ANNÉE CONSÉCUTIVE, AIR FRANCE-KLM A ÉTÉ INTÉGRÉ DANS LE DOW JONES SUSTAINABILITY INDEX, PRINCIPAL INDICE INTERNATIONAL ÉVALUANT LES SOCIÉTÉS SUR LEURS PERFORMANCES EN TERMES DE DÉVELOPPEMENT DURABLE.

Alexandre de Juniac

En effet, Air France-KLM a été distingué par le DJSI et l'agence de notation extra-financière RobecoSAM. Pour la dixième année consécutive, le groupe est classé leader de la catégorie « Compagnies Aériennes ». De plus, Air France-KLM est, pour la sixième année, leader du secteur élargi « Transport » regroupant les activités de transport aérien, ferroviaire, maritime, routier, ainsi que les activités aéroportuaires. Air France-KLM rejoint ainsi les 24 entreprises les plus responsables au monde, chacune dans leur secteur d'activité.

Dix ans, c'est une véritable reconnaissance de notre engagement et de notre stratégie qui se construit sur le long terme. Cela nous encourage à poursuivre nos efforts et à développer de nouveaux projets.

Contexte du transport aérien

ÉCONOMIE DU SECTEUR

Le transport aérien est un secteur fortement cyclique et concurrentiel. Dans la chaîne de valeur, les compagnies réalisent les marges opérationnelles les plus faibles alors qu'elles encourent potentiellement les risques les plus élevés. Pour répondre à la concurrence des compagnies low-cost et du Golfe qui bénéficient d'un contexte économique plus dynamique, les compagnies européennes traditionnelles doivent adapter leur stratégie et mettre en oeuvre des plans de restructuration afin de restaurer leur rentabilité.

LIBÉRALISATION ET CONSOLIDATION

La consolidation est un facteur clé de l'amélioration des marges dans le secteur. Les fusions, les alliances et les accords permettent des économies d'échelle et la réduction des coûts opérationnels. Les alliances SkyTeam, Star Alliance et Oneworld poursuivent leur développement. En nouant de nouveaux partenariats, les compagnies du Golfe renforcent leur compétitivité face aux compagnies européennes.

CROISSANCE STRUCTURELLE

L'industrie du transport aérien peut s'appuyer sur une croissance structurelle de 5 % par an, qui devrait se maintenir durant les vingt prochaines années. Cette croissance sera plus forte sur les marchés émergents comme le Brésil, la Chine et l'Asie du sud-est. L'Association Internationale du Transport Aérien estime qu'en 2050 l'aviation transportera 16 milliards de passagers et 400 millions de tonnes de marchandises.

COMPORTEMENTS DES CLIENTS

Les clients sont de mieux en mieux informés et sensibles à la valeur du service proposé. La demande d'un service personnalisé est plus forte, quelle que soit la classe de transport. L'essor des appareils mobiles modifie les usages. Les clients partagent en ligne leurs expériences ; ils attendent des informations en temps réel via les réseaux sociaux. Dans les prochaines années, les innovations technologiques obligeront les systèmes traditionnels de distribution à évoluer.

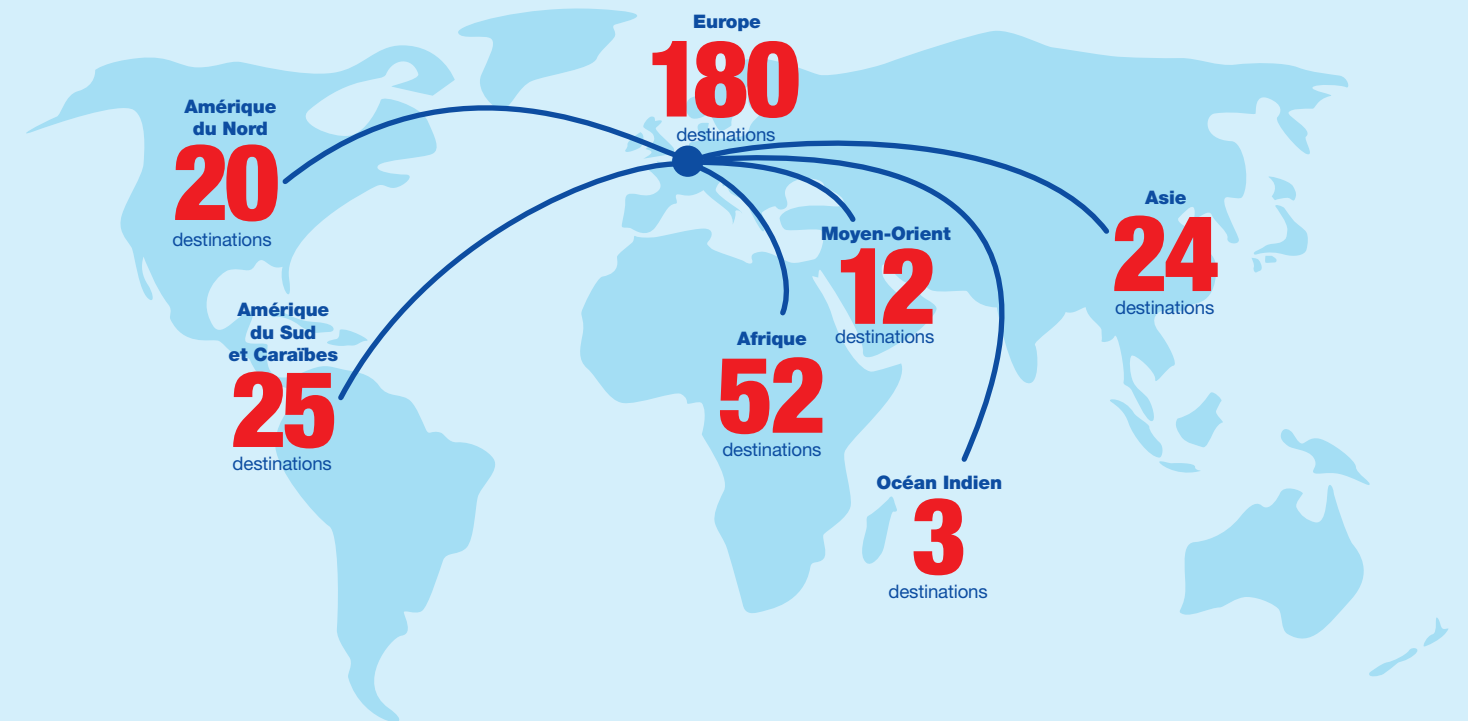
CHANGEMENT CLIMATIQUE

Le changement climatique représente un défi considérable, dans un contexte de raréfaction des ressources et de volatilité des prix du pétrole. L'utilisation de biocarburants durables et des partenariats au sein du secteur sont indispensables pour réduire les émissions de CO₂, grâce à l'utilisation de nouvelles technologies, à l'optimisation des opérations, à l'amélioration des infrastructures et par la mise en oeuvre de mesures économiques de marché.

RÉGLEMENTATION

Les compagnies aériennes opèrent dans un cadre réglementaire de plus en plus contraignant, notamment en matière de protection du consommateur et de sûreté. Ces réglementations, qui varient d'un pays à l'autre, sont toujours plus coûteuses pour le transporteur. À la différence du transport ferroviaire, le secteur aérien couvre la totalité de ses coûts d'infrastructures, en forte augmentation depuis une dizaine d'années, ainsi que ceux relatifs à la sûreté et à la sécurité des vols. ●

RÉSEAU AIR FRANCE-KLM



94 666
collaborateurs (ETP)

546
avions en exploitation

Membre de SkyTeam
2^e alliance mondiale
20 membres, plus de 1 000 destinations

Résultats financiers

Le groupe est constitué d'une société holding et de deux compagnies aériennes, Air France et KLM, qui conservent chacune leur marque et leur identité propres. Ses trois principaux métiers sont le transport de passagers, le transport de fret et les services de maintenance aéronautique pour sa flotte et celles d'autres compagnies.

Sur la période du 1^{er} janvier au 31 décembre 2014, le chiffre d'affaires consolidé s'élève à 24,9 milliards d'euros, en baisse de 2,4%, mais stable (+0,3%) à données comparables. Le résultat d'exploitation courant est négatif de 129 millions d'euros (positif de 130 millions d'euros au 31 décembre 2013).

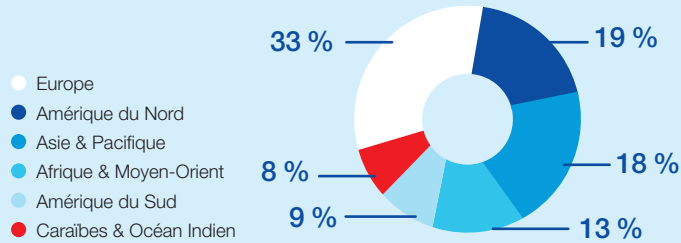
Chiffre d'affaires
24 912 m€

Résultat d'exploitation courant
-129 m€

RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ

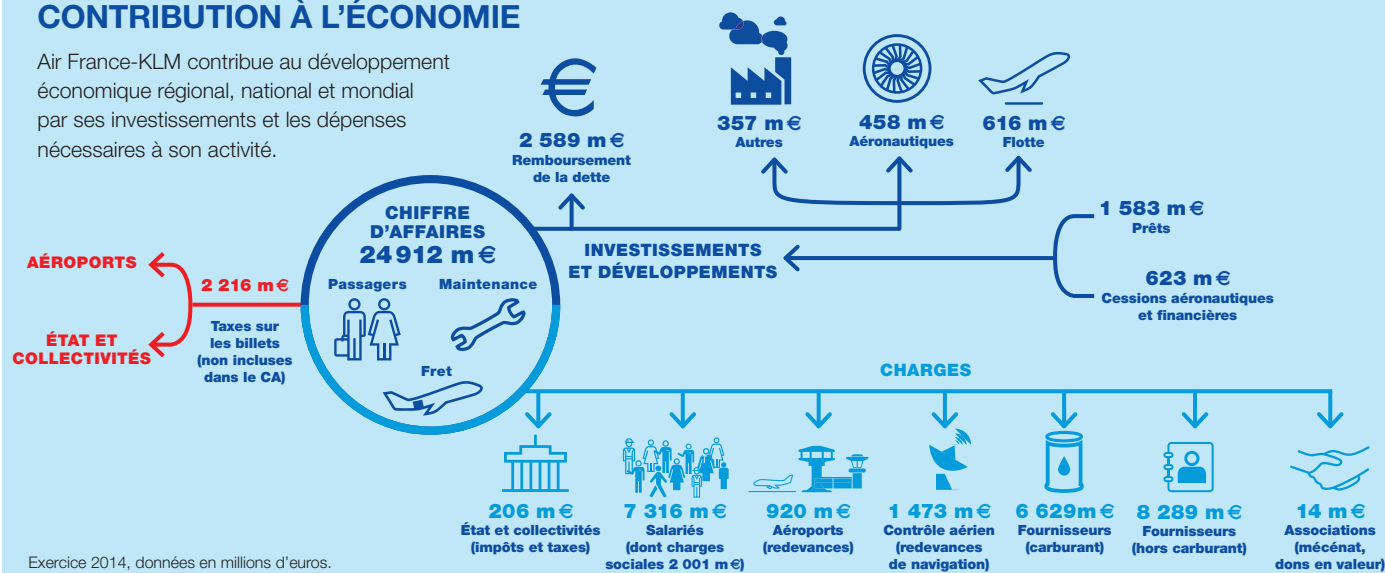


RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES PASSAGERS PAR RÉSEAU



CONTRIBUTION À L'ÉCONOMIE

Air France-KLM contribue au développement économique régional, national et mondial par ses investissements et les dépenses nécessaires à son activité.



Chiffres clés 2014

AIR FRANCE LAB'LINE FOR THE FUTURE

14 partenaires



Un vol hebdomadaire entre Toulouse et Paris-Orly alimenté au biocarburant



PROGRAMME KLM BIOFUEL



15 partenaires

20 vols

alimentés au biocarburant entre Amsterdam, Aruba et Bonaire



OPÉRATIONS AÉRIENNES

3,45 litres carburant / passager / 100 km

86 g de CO₂ / passager / km - 6,7% par rapport à 2011

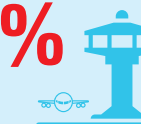


BRUIT

-38% d'énergie sonore par rapport à 2000

OPÉRATIONS AU SOL

-10% Consommation énergétique par rapport à 2013



SALARIÉS

90% sont basés en France et aux Pays-Bas

43,2% de femmes



Part des femmes parmi les cadres supérieurs et les dirigeants

26,3% chez Air France

20,5% chez KLM

Employeur du secteur privé

Air France **1^{er}** en Ile-de-France

KLM **3^e** aux Pays-Bas

Formation

28 heures / salarié chez Air France

3 229 € / salarié chez KLM

ACHATS RESPONSABLES

75% des 4 976 fournisseurs ont signé la charte développement durable

15 Restauration responsable nouveaux produits à bord des vols KLM



18 millions d'euros d'achats par Air France auprès du secteur protégé

PARTENARIATS SOLIDAIRES

14 millions d'euros alloués à des projets sociaux et environnementaux

112,7 millions de Miles offerts par les membres Flying Blue

DJSI / RobecoSAM

N°1 du secteur « Compagnies aériennes » depuis 2005 du secteur élargi « Transports » pour la 6^e année



APPROCHE DÉVELOPPEMENT DURABLE

STRATÉGIE DÉVELOPPEMENT DURABLE

GOVERNEMENT D'ENTREPRISE

ACTIONNAIRES

SÉCURITÉ

GESTION DES RISQUES

ÉTHIQUE

POSITIONS PUBLIQUES

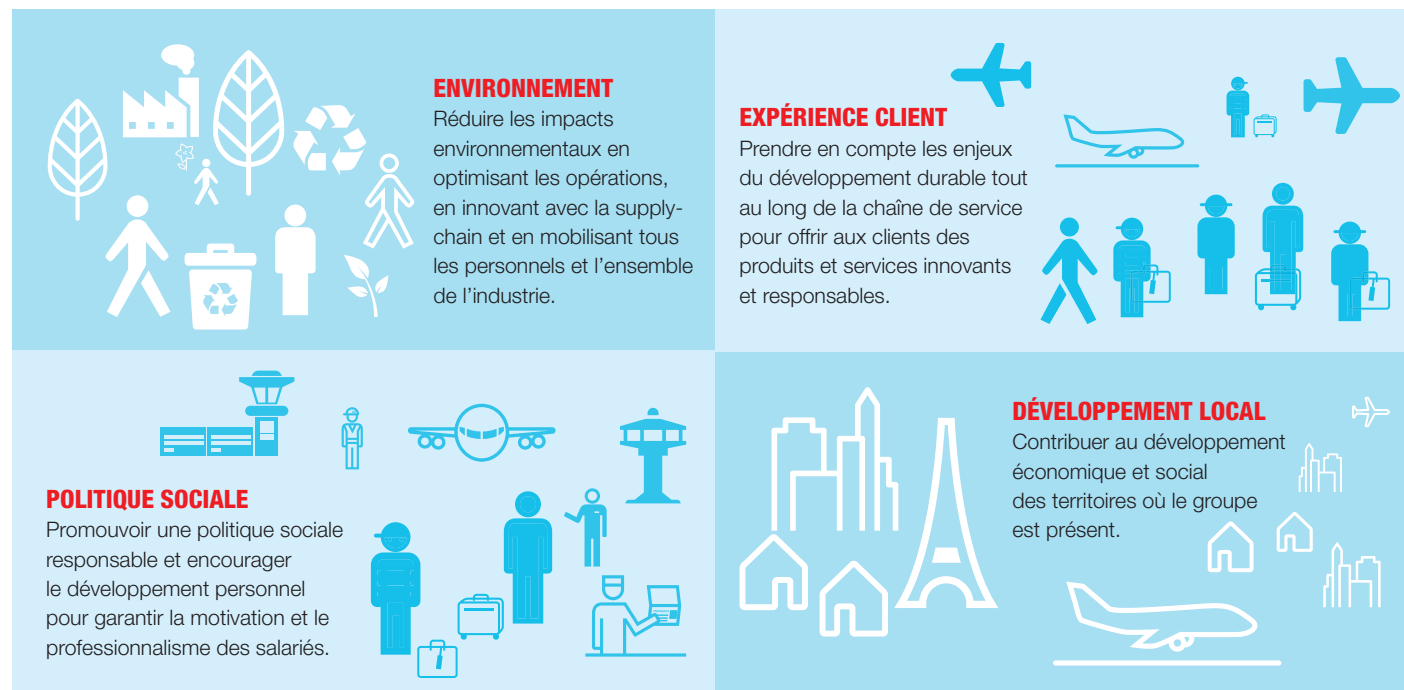
AMBITION

Nous avons pour ambition d'être une référence en matière de responsabilité sociétale d'entreprise et nous entendons maintenir notre position de leader au sein du transport aérien.

Gouvernance

Stratégie développement durable

Le groupe définit ses engagements dans sa Déclaration de responsabilité sociale, dans sa Charte sociale et éthique, et dans son Plan Climat. Pour intégrer le développement durable dans ses activités et ses opérations, Air France-KLM a construit sa stratégie sur 4 piliers.

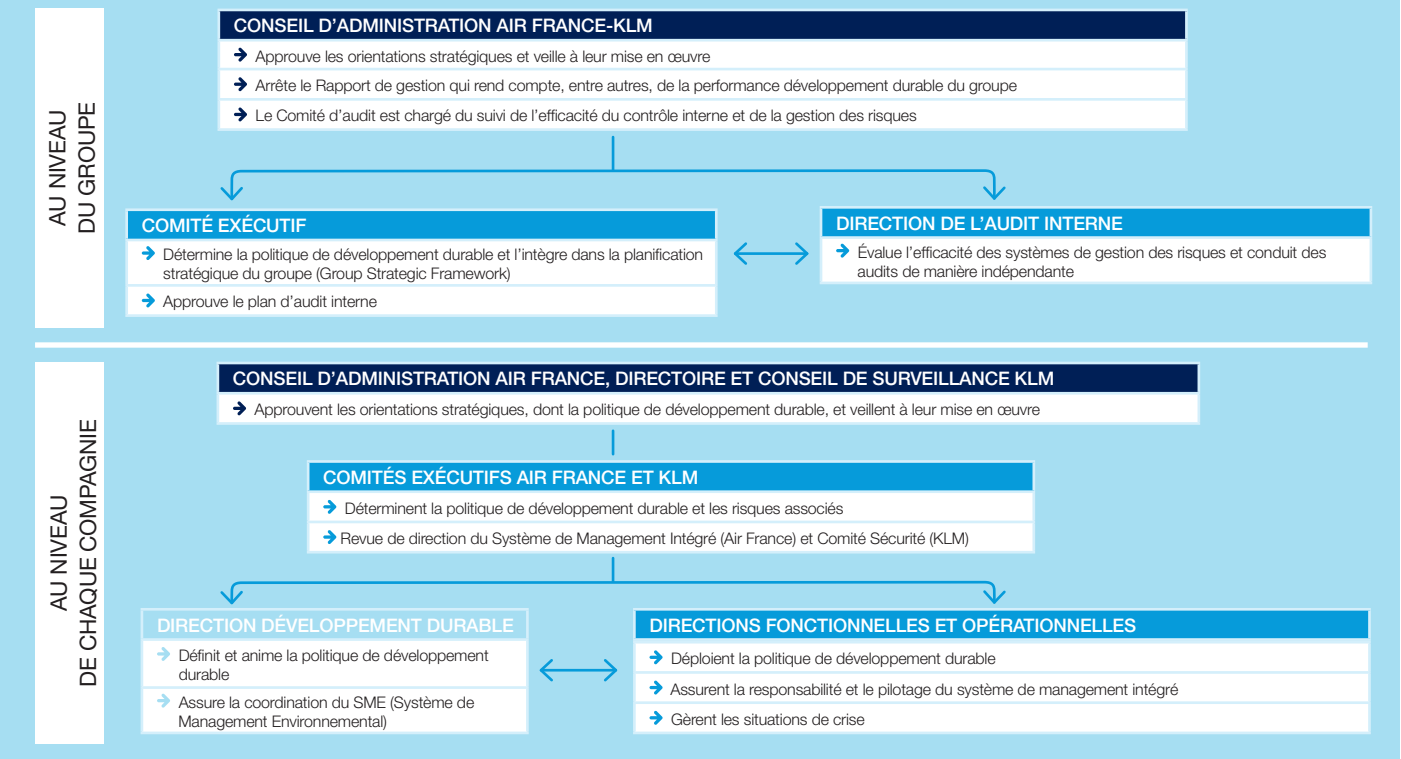


DES ENGAGEMENTS NATIONAUX ET INTERNATIONAUX

- Respect des droits fondamentaux : Déclaration universelle des droits de l'Homme, Charte des droits fondamentaux de l'Union européenne, Déclaration relative aux principes et droits fondamentaux au travail de l'Organisation Internationale du Travail et principes directeurs de l'Organisation de Coopération et de Développement Économiques.
- Signataires du Pacte Mondial des Nations Unies depuis 2003 et 2006, Air France et KLM s'engagent à respecter les 10 principes du Pacte Mondial (voir p. 82) et à promouvoir cet engagement auprès de leurs partenaires et fournisseurs (voir p. 20 et 46).

- Air France est signataire de Caring for Climate, initiative portée par le Pacte Mondial et par le Programme des Nations Unies pour l'Environnement. En 2014 Air France a signé la Charte Paris Action Climat.
- KLM est partenaire du WWF Pays-Bas depuis 2007 pour un transport aérien plus responsable.
- KLM est partenaire de l'UNICEF Pays-Bas pour élaborer des principes directeurs pour le transport aérien, fondés sur les 10 principes régissant les entreprises dans le domaine des droits de l'enfant.
- Concernant les achats responsables, Air France a signé la Charte des entreprises à participations publiques en faveur des PME innovantes et KLM a signé le Manifeste pour l'approvisionnement durable et la responsabilité sociale des entreprises, visant à soutenir le marché des produits et services durables.

GOVERNANCE ET PILOTAGE DU DÉVELOPPEMENT DURABLE



LE DÉVELOPPEMENT DURABLE DANS NOS ACTIVITÉS ET NOS OPÉRATIONS

Le Comité exécutif du groupe examine chaque année la stratégie de développement durable et ses résultats, dans le cadre du *Group Strategic Framework*. Il est ensuite revu et approuvé par le Conseil d'administration.

Chez Air France, la politique de développement durable est pilotée par un directeur-général adjoint, membre du Comité exécutif. Chez KLM, ce rôle est assuré le président-directeur général, qui préside le Comité exécutif. Chaque compagnie a mis en place des comités qui suivent l'intégration du développement durable dans la stratégie de l'entreprise, ainsi que les risques et opportunités associés. Chez KLM, un Comité Développement durable se tient tous les trois mois, et le Comité Sécurité se réunit tous les deux mois. À Air France, le Comité exécutif consacre deux réunions par an à la revue de direction du Système de Management Intégré (SMI) intégrant les objectifs développement durable.

Les directions Développement durable d'Air France et de KLM définissent la politique de développement durable, et suivent sa mise en œuvre auprès des directions fonctionnelles et opérationnelles. Elles coordonnent également le Système de Management Environnemental.

Air France et KLM sont certifiées ISO 14001 pour tous leurs vols et leurs opérations en France et aux Pays-Bas.

Les salariés sont encouragés à contribuer aux objectifs développement durable à travers des programmes d'innovation. Ils visent à collecter leurs idées pour améliorer les processus de travail, l'efficacité, la sécurité ou les performances en matière de responsabilité sociétale d'entreprise (RSE).

OBJECTIFS ET INDICATEURS

Chaque année, les dirigeants d'Air France et de KLM formalisent leur engagement en faveur du développement durable par des plans d'action comportant des objectifs spécifiques.

En 2014, Air France a révisé sa stratégie Développement durable, Air France Takes Care. Elle est centrée sur : la gouvernance, l'environnement, ses clients, et ses employés, partenaires et territoires. Des objectifs à horizon 2020 et des plans d'action annuels ont été fixés.

Les objectifs environnementaux pour 2020 sont :

- efficacité énergétique des avions : réduction de 20 % des émissions de CO₂ par rapport à 2011 (en g. de CO₂/TKT) ;
- efficacité énergétique au sol : réduction de 20 % des consommations d'énergie par rapport à 2011 ;
- recyclage et valorisation des déchets : 100% des déchets non-dangereux et 60% des déchets dangereux.

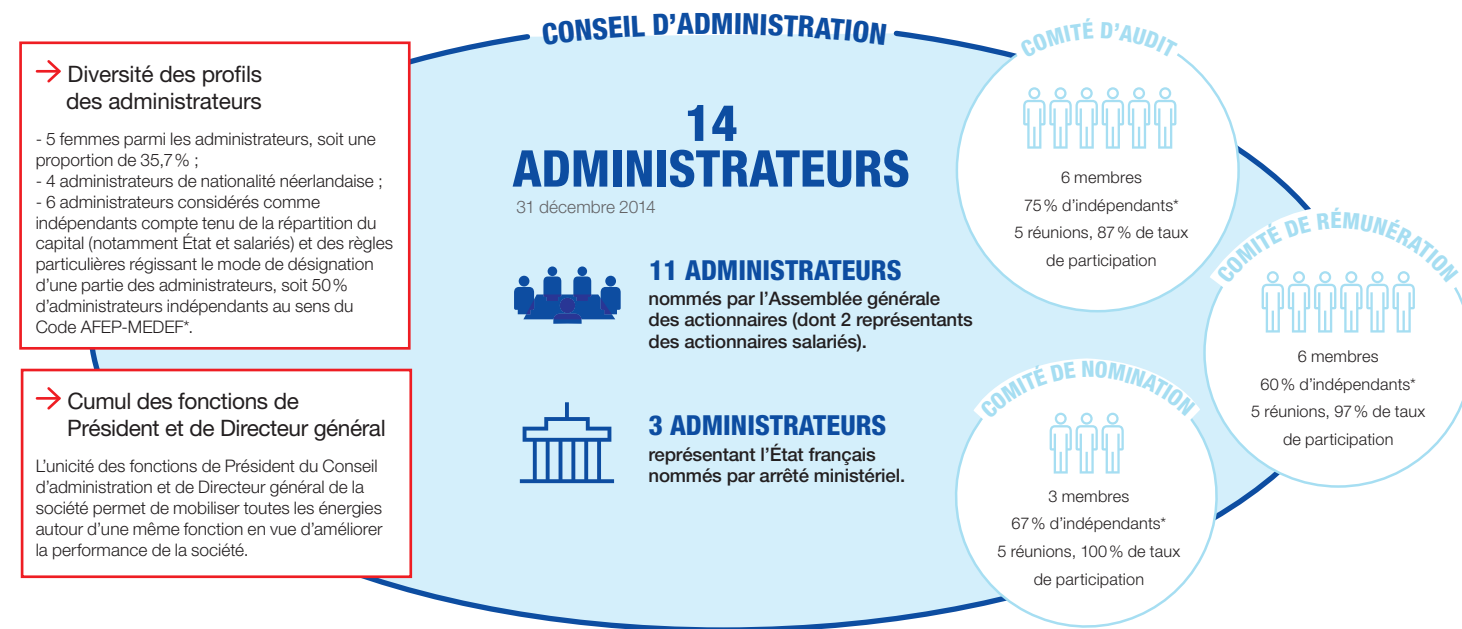
En 2013, le Comité exécutif de KLM a élaboré une stratégie RSE, KLM Takes Care, et des objectifs à long terme pour 2020 :

- énergie : réduction de 20 % des émissions de CO₂ par rapport à 2011 ;
- restauration à bord : 100 % de produits correspondant aux standards de la restauration responsable sur les vols au départ d'Amsterdam ;
- déchets : 100 % des déchets récupérés et revalorisés ;
- communautés : mise en œuvre de programmes locaux en faveur des générations futures.

La réduction des émissions de CO₂ est un objectif défini en commun par Air France et KLM. ●

Gouvernement d'entreprise

Air France-KLM est une société anonyme de droit français à Conseil d'administration, fonctionnant selon les principes de gouvernement d'entreprise en vigueur en France, tels que présentés dans le Code de gouvernement d'entreprise AFEP-MEDEF.



→ **Diversité des profils des administrateurs**

- 5 femmes parmi les administrateurs, soit une proportion de 35,7 % ;
- 4 administrateurs de nationalité néerlandaise ;
- 6 administrateurs considérés comme indépendants compte tenu de la répartition du capital (notamment État et salariés) et des règles particulières régissant le mode de désignation d'une partie des administrateurs, soit 50 % d'administrateurs indépendants au sens du Code AFEP-MEDEF*.

→ **Cumul des fonctions de Président et de Directeur général**

L'unicité des fonctions de Président du Conseil d'administration et de Directeur général de la société permet de mobiliser toutes les énergies autour d'une même fonction en vue d'améliorer la performance de la société.

DURÉE DU MANDAT DES ADMINISTRATEURS

4 ans. Échéances échelonnées de façon à favoriser un renouvellement harmonieux du Conseil.

DÉONTOLOGIE ET RÈGLES DE FONCTIONNEMENT

Deux documents de référence adoptés par le Conseil :
- règlement intérieur, régulièrement mis à jour et disponible sur le site internet** ;
- code de déontologie boursière.

12 RÉUNIONS DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

90 % de taux de participation.

FORMATION

Les administrateurs nouvellement nommés sont invités à rencontrer les principaux dirigeants, à visiter les sites clés, ainsi qu'à suivre des formations organisées par la société. Ils reçoivent toutes les informations nécessaires à l'exercice de leur mandat.

RÉMUNÉRATION

Informations publiées dans le Document de référence, dans le Rapport de gestion et sur le site internet** :
- critères et montants des rémunérations des dirigeants mandataires sociaux ;
- modalités d'attribution et montants des jetons de présence des administrateurs ;
- Pas d'indemnités spécifiques en cas de départ des dirigeants mandataires sociaux.

ÉVALUATION ANNUELLE

Une évaluation formalisée du Conseil d'administration est effectuée chaque année. Pour l'exercice 2014, elle a été réalisée par un cabinet indépendant.

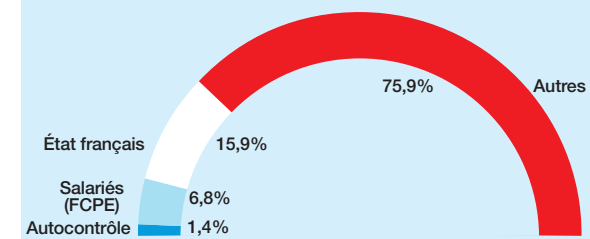
Pour plus d'information, voir le Document de référence 2014 sur www.airfranceklm.com
* En application des § 9.2 et 16.1 du Code de gouvernement d'entreprise AFEP-MEDEF, les deux administrateurs représentant les actionnaires salariés ne sont pas comptabilisés pour établir les pourcentages d'administrateurs indépendants au sein du Conseil et des Comités.
** www.airfranceklm.com, rubrique Gouvernance

Actionnaires

Pour répondre aux obligations des entreprises de transport aérien sur le suivi et le contrôle de leur actionnariat, la société procède à l'identification de ses actionnaires. Au 31 décembre 2014, Air France-KLM est détenu à hauteur de 57 % par des intérêts français (57,5 % au 31 décembre 2013) et à plus de 73 % par des institutions européennes.

RÉPARTITION DE L'ACTIONNARIAT

31 décembre 2014



INVESTISSEURS

Air France-KLM est à l'écoute des analystes financiers et des investisseurs institutionnels, généralistes et ISR (Investissement Socialement Responsable), notamment lors des réunions d'information organisées au moment de la publication des résultats. Les dirigeants du groupe participent régulièrement à des conférences sur le transport aérien en Europe et aux États-Unis. Le groupe organise également des Journées Investisseurs afin d'échanger sur les orientations stratégiques du groupe. Le groupe a reçu le Trophée d'argent des Meilleures Relations Investisseurs, à l'occasion du Forum Relations Investisseurs de décembre 2014. Il récompense la qualité des informations données à ses investisseurs, en particulier la disponibilité de ses équipes et la présentation de son nouveau plan stratégique Perform 2020.

ACTIONNAIRES INDIVIDUELS

Air France-KLM poursuit une politique de communication et d'échanges avec les actionnaires privés pour répondre à leurs préoccupations et leur présenter ses activités, ses atouts et son potentiel de croissance. Le Club des actionnaires donne accès à toute l'information générale et financière

de l'entreprise. Chaque trimestre, la lettre ACTION'air est envoyée aux 7 000 membres du Club, qui sont également conviés aux présentations de l'entreprise en région et à des visites de sites. Le Comité des actionnaires individuels est consulté régulièrement pour améliorer la qualité de l'information et des services aux actionnaires. Constitué de douze membres, le Comité rencontre quatre fois par an des dirigeants du groupe, en particulier pour préparer l'assemblée générale annuelle.

En 2014, le magazine *Le Revenu* a attribué à Air France-KLM le Super

Trophée d'argent de la relation actionnaires, le Trophée d'or de la meilleure assemblée générale et le Trophée d'argent du meilleur site Internet, dans la catégorie « Sociétés du SBF 120 hors CAC 40 ».

ACTIONNARIAT SALARIÉ

Air France-KLM figure parmi les entreprises du SBF 120 qui ont les plus forts taux d'actionnariat salarié : plus de 40 000 salariés et anciens salariés détenaient 6,8 % du capital au 31 décembre 2014. Deux représentants désignés par les salariés actionnaires et nommés en assemblée générale, siègent au Conseil d'administration et contribuent aux travaux du Comité d'audit. ●



ASSEMBLÉE GÉNÉRALE DES ACTIONNAIRES DU 20 MAI 2014

Une action est égale à un droit de vote	Oui
Nombre d'actionnaires présents, représentés, ayant donné pouvoir au Président ou ayant voté par correspondance	12 635 actionnaires représentant 171 490 146 actions
Taux de participation	57,9%

Sécurité

Pour Air France-KLM, la sécurité des vols est la priorité absolue. Elle concerne toutes les mesures mises en œuvre pour réduire le risque aérien. La sûreté aérienne lutte contre les actes malveillants perpétrés à l'encontre des avions, des salariés et des passagers.

LES RÉFÉRENTIELS LES PLUS EXIGEANTS

Toutes les activités du groupe font l'objet de nombreux contrôles et certifications, et satisfont à des normes extrêmement strictes et aux standards les plus élevés du secteur, au niveau européen avec l'Agence européenne de la sécurité aérienne, et mondial, avec l'Association internationale du transport aérien (IATA) dont l'audit de sécurité IOSA est une référence du secteur.

À l'issue des audits IOSA de septembre 2014 et janvier 2015, la certification d'Air France et de KLM a été reconduite pour deux ans.

GESTION DE LA SÉCURITÉ

Pour atteindre le plus haut niveau possible en matière de sécurité des vols, chaque compagnie actualise et renforce son Système de Gestion de la Sécurité (SGS) qui définit concrètement les modalités de mise en œuvre de la gestion des risques aériens. Le SGS, totalement intégré à l'organisation, aux processus et à la culture de l'entreprise, repose sur l'engagement au plus haut niveau de la direction et sur la formation et la sensibilisation de l'ensemble des personnels.

Le Système de Management Intégré d'Air France (SMI) couvre les domaines suivants : sécurité des vols, santé et sécurité au travail, qualité client, performance opérationnelle, environnement, sécurité alimentaire et sûreté. Il permet d'analyser et de maîtriser les risques dans le cadre d'une approche coordonnée. Le SMI vise à assurer un fonctionnement sûr, une cohérence transverse, un pilotage global orienté vers l'amélioration continue de tous les processus s'agissant de ces domaines.

Le Système de Gestion de la Sécurité Intégré (SGSI) de KLM regroupe la sécurité au travail, la sécurité des opérations, l'environnement et la sûreté. Dans tous ces domaines, il fournit un cadre pour la réduction continue des risques à un niveau acceptable. En 2014, il a été validé par l'autorité de l'aviation civile néerlandaise.



CULTURE DE LA SÉCURITÉ

La sécurité des opérations se construit sur un engagement de tous, fondé sur la rigueur, la vigilance, l'exercice de la responsabilité individuelle et la confiance mutuelle. Les salariés jouent un rôle central dans le dispositif qui prend la forme d'un cycle de progrès permanent. Air France et KLM encouragent les salariés à reporter toute situation à risque, incident ou accident, en s'assurant qu'aucune sanction ne soit prise à l'encontre de ceux qui signalent ou sont engagés dans un événement lié à la sécurité.

Pour maintenir au meilleur niveau les compétences des salariés, le groupe adapte constamment ses programmes de formation et ses plans de prévention et de gestion des crises. La communication et la sensibilisation sont les clés

de la construction d'une culture de la sécurité. En 2014, Air France a organisé trois ateliers « Sécurité des vols », fondés sur la reconstitution d'un événement réel. Ils ont mobilisé et sensibilisé plus de 700 salariés représentant toutes les directions. Au travers du programme SafetyF@cts et de newsletters internes, KLM communique régulièrement sur des sujets liés à la sécurité. Dans chaque direction de KLM, les « champions de la sécurité » sont des managers chargés de promouvoir la sécurité.

SÛRETÉ

Le groupe met en œuvre un dispositif de sûreté renforcé pour la protection de ses clients, de ses personnels et de ses biens (avions, installations et systèmes informatiques). Ce dispositif comporte l'analyse des risques, des activités et des opérations d'Air France-KLM, et le contrôle systématique des avions, des passagers, des bagages, du fret et des personnels. Strictement encadrées, ces procédures sont mises en œuvre avec le souci permanent du respect de la vie privée des passagers et des personnels.

Pour garantir le meilleur niveau de protection des clients et des personnels dans plus de 100 pays et de 200 villes, les directions de la Sûreté d'Air France et de KLM organisent une veille permanente de l'actualité géopolitique internationale. Ces équipes dédiées ont pour mission d'assurer la continuité du service et, si nécessaire, de mettre en œuvre des mesures de sûreté complémentaires. ●

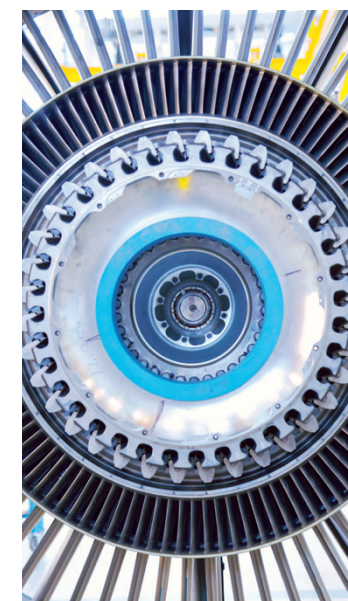
Gestion des risques

Air France-KLM est exposé aux risques généraux liés à son activité. Le groupe a donc mis en place un système d'identification, d'analyse, de suivi, de gestion et de maîtrise des risques.

IDENTIFIER, ANALYSER ET MAÎTRISER LES RISQUES

Une carte des risques stratégiques et opérationnels a été établie par l'ensemble des entités concernées sous la supervision de la direction et sur la base de l'audit et du contrôle internes. Cette carte est régulièrement actualisée et consolidée par filiale (Air France et KLM) et pour le groupe Air France-KLM.

Y sont cités les risques liés au transport aérien tels que le caractère cyclique et saisonnier de l'activité, les risques opérationnels, les risques d'attentat, les événements géopolitiques et sanitaires, les effets des réglementations comme celles relatives aux droits des passagers, les risques environnementaux ou encore les risques informatiques et du travail. D'autres risques sont liés à l'activité du groupe, tels que la concurrence des autres trans-



porteurs ou la négociation des accords collectifs et les conflits sociaux. Les risques de marché (carburant, change et taux d'intérêt) sont pilotés par le Comité de gestion des risques.

Tous les trois mois, chaque entité du groupe actualise la carte des risques opérationnels de son périmètre et rend compte au moyen d'une feuille de risque, en indiquant le risque lui-même, sa probabilité d'occurrence et ses impacts potentiels. Ceux-ci sont discutés au sein des équipes de direction propriétaires. Tant les risques transversaux, qui peuvent affecter l'ensemble du groupe, que ceux spécifiques à chaque entité font l'objet

d'un compte-rendu. Pour chacun d'entre eux, des membres du Comité exécutif d'Air France-KLM ont la responsabilité de réviser les actions mises en œuvre pour maîtriser ces risques.

Sur une base trimestrielle, l'audit interne présente au Comité exécutif et au Comité d'audit du groupe les risques opérationnels et de marché les plus importants, ainsi que les actions visant à les maîtriser.

Les risques stratégiques (concurrence, croissance économique, etc.) ainsi que les plans d'action associés sont définis dans le cadre du dispositif d'élaboration de la stratégie du groupe Air France-KLM (*Group Strategic Framework*). Ces risques et plans d'action sont également examinés par le Comité exécutif d'Air France-KLM.

ASSURER L'INDÉPENDANCE DU CONTRÔLE ET DE L'AUDIT INTERNES

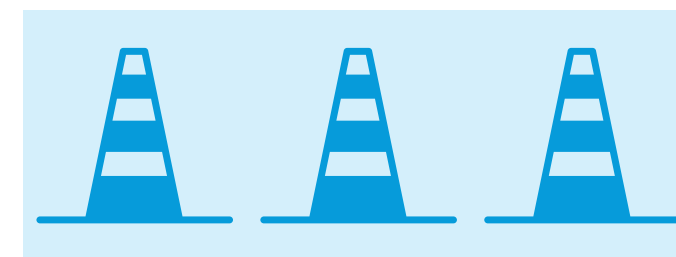
Pour compléter ce système de gestion des risques, Air France-KLM a mis en place des fonctions de contrôle et d'audit internes. La première s'appuie sur le nouveau cadre COSO (*Committee of Sponsoring Organisation of the Treadway Commission*).

Fixé en 2013, le cadre définit le contrôle interne comme un processus exécuté par le Conseil d'administration, par la direction et par d'autres membres du personnel, en vue de fournir une assurance raisonnable quant à l'atteinte des objectifs pour les catégories suivantes :

- fiabilité du reporting ;
- efficacité et efficience des opérations ;
- conformité aux lois et règlements applicables.

L'audit interne vise à améliorer les différents processus opérationnels, à garantir la sécurité et à favoriser l'atteinte des objectifs fixés pour le groupe ou dans les processus particuliers de chaque métier.

Pour en savoir plus sur la gestion des risques, voir le Document de référence 2014, chapitre 3. ●



Éthique

En tant que signataires du Pacte Mondial des Nations Unies, Air France et KLM s'engagent à respecter et à promouvoir les droits de l'Homme, la lutte contre la corruption et à s'opposer à toute forme de travail des enfants et de travail forcé.

DROITS DE L'HOMME ET DROITS DE L'ENFANT

Se fondant sur les principes internationaux des droits fondamentaux de l'Homme, du droit du travail et des droits de l'enfant, le groupe s'efforce de protéger ses salariés, ses clients, les personnels de ses fournisseurs et les communautés.

La Charte sociale et éthique affirme l'engagement du groupe en faveur d'un climat de confiance et de respect mutuel parmi les personnels, d'un environnement de travail sûr et du dialogue social. La Charte s'applique à tous les salariés d'Air France, de KLM et de leurs filiales européennes.

Dans le cadre de ses activités, le groupe évalue les facteurs de risques relatifs aux droits de l'Homme : santé et sécurité au travail, égalité des chances, équilibre entre vie privée et vie professionnelle, dispositifs de protection des données personnelles des clients et des salariés.

Pour s'assurer du respect des droits de l'Homme au sein de la supply-chain, Air France-KLM invite ses fournisseurs à signer une Charte de développement durable qui intègre les principes sociaux, environnementaux et éthiques définis dans le Pacte Mondial des Nations Unies. En 2015, elle sera complétée par des recommandations destinées aux fournisseurs (voir p.46).

Une attention particulière est portée aux droits de l'enfant. Depuis 2013, KLM travaille avec l'UNICEF Pays-Bas sur l'application des Principes régissant les entreprises dans le domaine des droits de l'enfant. Au-delà de l'application des principes au sein de la compagnie, le partenariat vise à développer des lignes directrices pour le transport aérien.

RÈGLES DE CONDUITE DES AFFAIRES

Pour veiller au respect des principes éthiques, le groupe dispose de plusieurs documents. Par exemple, les fonctions achats du groupe et recrutement d'Air France appliquent chacune un code de déontologie signé par les collaborateurs. Le Conseil d'administration a adopté un code de déontologie boursière et un code d'éthique financier. KLM dispose d'un Code de conduite des affaires qui affirme les grands principes en matière d'intégrité financière et commerciale, de confidentialité et de respect des engagements en faveur du développement durable.

Un « Manuel Air France et KLM de prévention des pratiques de corruption » a été diffusé fin 2013 à tous les salariés en français et en anglais. En 2014, 14 000 salariés ont été invités à suivre le module de formation qui accompagnait la diffusion du manuel, afin de les sensibiliser à l'importance de la prévention de la corruption.



Air France-KLM poursuit sa politique de prévention des pratiques anticoncurrentielles, en diffusant le « Manuel Air France et KLM relatif à l'application des règles de concurrence ». D'autres outils de prévention sont à la disposition des salariés, notamment deux modules de formation sur le droit de la concurrence, une ligne téléphonique dédiée et des formations spécifiques dispensées par les juristes du groupe.

Pour permettre aux salariés de révéler des faits graves dont ils pourraient avoir connaissance, tels que des fraudes comptables et financières ou des actes de corruption, Air France et KLM ont une procédure d'alerte. KLM dispose d'un dispositif élargi qui permet aux salariés de signaler tout type d'irrégularité ou de soupçon d'irrégularité. Ce dispositif concerne l'ensemble des salariés de KLM et de ses filiales aux Pays-Bas et à l'étranger.

POSITIONS PUBLIQUES

Air France et KLM appartiennent à des organisations internationales et nationales, telles que l'Association internationale du transport aérien ou encore l'Association européenne de l'aérien. Elles représentent le secteur du transport aérien et défendent ses positions. Le groupe s'efforce d'informer les législateurs sur les problématiques spécifiques de son industrie, et de souligner les changements qu'il estime nécessaires. Il défend une application effective des réglementations nationales, européennes et internationales pour éviter toute distorsion de la concurrence.

Air France et KLM ont, chacune, un délégué aux affaires publiques, déclaré respectivement au registre des Représentants d'intérêts du Parlement en France et aux Pays-Bas. Le représentant d'Air France, qui travaille en lien avec le Parlement et le gouvernement français, s'est engagé à respecter les codes de conduite édictés par les deux Chambres. ●

tion internationale du transport aérien ou encore l'Association européenne de l'aérien. Elles représentent le secteur du transport aérien et défendent ses positions. Le groupe s'efforce d'informer les législateurs sur les problématiques spécifiques de son industrie, et de souligner les changements qu'il estime nécessaires. Il défend une application effective des réglementations nationales, européennes et internationales pour éviter toute distorsion de la concurrence.

Positions publiques

POUR UN SYSTÈME MONDIAL EN 2020

La directive européenne instituant le système communautaire d'échange de quotas d'émission de gaz à effet de serre (EU-ETS) a été étendue à l'aviation en 2012. Air France-KLM a toujours soutenu le principe d'un mécanisme de mesures de marché, considérant qu'il est plus efficace d'un point de vue environnemental qu'une simple taxation, sous réserve qu'il soit équitable.

L'EU-ETS, limité au périmètre intra-européen, doit être considéré comme une première étape vers un système mondial devant être défini par l'Organisation de l'aviation civile internationale (OACI).

Air France et KLM soutiennent activement le processus mené par l'OACI, avec IATA et d'autres compagnies. À la suite de l'accord adopté en 2013 à l'OACI, l'Union européenne (UE) a adopté un amendement à la réglementation EU-ETS, que le groupe a salué. Il limite son application aux vols intra-européens (hors DOM-TOM), et surtout devrait garantir une plus grande stabilité dans la réglementation européenne relative aux émissions de CO₂ de l'aviation jusqu'en 2020, sous réserve d'une conclusion favorable en 2016 des discussions à l'OACI pour une mise en œuvre en 2020.

Au-delà de 2020, Air France-KLM considère qu'un système mondial fondé sur le marché du carbone devrait remplacer l'EU-ETS, afin d'éviter toute distorsion de concurrence entre compagnies aériennes et de s'assurer que les effets des émissions de gaz à effet de serre émis par l'aviation sont traités de la façon la plus efficace possible.

CIEL UNIQUE EUROPÉEN

Issu de deux « paquets législatifs » adoptés en 2004 et 2009, le Ciel unique européen (SES) vise à revoir en profondeur l'organisation du système de contrôle aérien, afin de tripler la capacité de l'espace aérien, d'améliorer la sécurité par un facteur 10, de réduire de 10% les émissions de CO₂ et de réduire de 50% les coûts de gestion du contrôle aérien.

À ce jour, la fragmentation de l'espace aérien européen entraîne un allongement de la distance moyenne des vols de 42 km, augmentant en conséquence la consommation de carburant et les émissions de gaz à effet de serre. Air France-KLM soutient les efforts visant à donner un nouvel élan au Ciel unique européen et les principes directeurs du paquet de mesures « SES2+ » proposés par la Commission européenne.

À travers une coopération active aux programmes SESAR (pilier technologique du Ciel unique européen), ACARE (dédié à la recherche aéronautique) et AIRE (initiative transatlantique visant à

réduire les émissions), Air France-KLM est déjà fortement impliqué dans la mise en place de mesures concrètes.

CARBURANTS ALTERNATIFS DURABLES

Les carburants alternatifs durables constituent une voie prometteuse pour réduire l'empreinte carbone du transport aérien. Air France-KLM soutient la recherche et contribue à l'émergence d'un marché international des biocarburants destinés à l'aviation, respectueux de l'environnement et du développement économique et social. Le groupe soutient l'initiative Biofuel FlightPath 2020 de la Commission européenne, menée en partenariat avec Airbus, d'autres compagnies européennes, et des producteurs européens de biocarburant.

Le gouvernement hollandais et KLM ont signé l'accord « Green Deal » pour 2011-2015 incitant à la mise en œuvre d'initiatives dans le domaine des biocarburants. KLM soutient également BioPort Holland, un projet sur sept ans visant à créer la première base européenne de distribution de biocarburants destinés à l'aviation.

Le gouvernement français apporte également son soutien aux parties prenantes pour évaluer l'opportunité de créer une filière française de production de biocarburants.

SOUTENIR LA COMPÉTITIVITÉ DE L'AVIATION EUROPÉENNE

Air France-KLM soutient la démarche de l'UE visant à instaurer une concurrence juste et équitable au sein du transport aérien à l'intérieur du marché communautaire et avec les pays tiers. Dans un contexte de concurrence mondiale, il convient de placer l'emploi et la compétitivité du transport aérien en Europe au cœur de tout projet de nouvelle réglementation. Il est également nécessaire de s'assurer de l'adéquation de toute nouvelle mesure européenne avec les pratiques en vigueur et les réglementations appliquées dans le reste du monde, et d'adapter l'environnement social et fiscal européen pour favoriser la compétitivité. Le problème des coûts d'accès aux infrastructures significativement plus élevés en Europe, auxquels sont confrontées les compagnies aériennes européennes, notamment dans le domaine du contrôle aérien et des redevances aéroportuaires, requiert par ailleurs une attention particulière.

DROITS DES CONSOMMATEURS

Le service au client, la ponctualité et la fiabilité sont au cœur du métier d'Air France-KLM. Air France et KLM mettent en œuvre toutes les mesures nécessaires pour traiter les aléas d'exploitation dans les meilleurs délais. Le groupe contribue au travail des institutions européennes sur les droits des consommateurs, en restant vigilant sur l'homogénéité de l'application des règles à l'ensemble des compagnies opérant au départ et à destination de l'Union européenne. ●





OBJECTIFS ET RÉALISATIONS 2014

CHIFFRES CLÉS

CHANGEMENT CLIMATIQUE

EMPREINTE CARBONE

CARBURANTS ALTERNATIFS DURABLES

BRUIT

QUALITÉ DE L'AIR

DÉCHETS

ÉNERGIE ET EAU

RECHERCHE ET INNOVATION

BIODIVERSITÉ

AMBITION

Pour réduire notre empreinte environnementale, nous améliorons nos opérations et nos processus, nous innovons dans notre supply-chain et nous mobilisons tous nos personnels et l'ensemble de l'industrie.

Environnement

OBJECTIFS

CALENDRIER RÉALISATIONS 2014

EMPREINTE CARBONE

→ Réduire les émissions de CO₂ de 20% par rapport à 2011 (tonnes/TKT) | 2020 | → 86 g CO₂ / passager / km soit 3,45 litres / passager / 100 km -6,7% par rapport à 2011

Air France :
→ Économiser 1% de la consommation annuelle de carburant | 2014 | → Économie de carburant : 50 millions de litres (correspondant à 126 000 tonnes de CO₂)

KLM :
→ Économiser 5 millions de litres de carburant par an | 2014 | → Économie de carburant : 8,8 millions de litres (correspondant à 22 000 tonnes de CO₂)

CARBURANTS ALTERNATIFS DURABLES

Air France :
→ Mettre en place des vols réguliers alimentés au biocarburant | 2014 | → Un vol hebdomadaire Toulouse-Paris depuis septembre 2014 : - 11 vols réalisés
- Lancement du projet Lab'line : 14 partenaires

KLM :
→ Contribuer à la création d'un marché pour les biocarburants durables | 2020 | → 20 vols alimentés au biocarburant entre Amsterdam, Aruba et Bonaire
→ Volume de biocarburant consommé triplé en 2014 par rapport à 2013
→ Programme KLM Corporate BioFuel : 15 partenaires

BRUIT

Air France :
→ Développer l'activité en maintenant les émissions sonores sous le seuil de 2005 (10 principaux aéroports français) | 2014 | → Réduction de l'énergie sonore par rapport à 2005 : 40,1%

KLM :
→ Réduire le bruit à Schiphol en partenariat avec le secteur de l'aérien | 2014 | → Réduction de l'énergie sonore par rapport à 2013 : 25,8%
→ Mise en oeuvre de la procédure de départ NADP2

→ Modernisation de la flotte | 2015 | → Air France : installation de kits de réduction de bruit sur les appareils de la famille A320, d'ici 2016
→ KLM : retrait des 5 derniers MD11 de la flotte

QUALITÉ DE L'AIR

Air France :
→ Opérations au sol : équipements électriques et procédures d'utilisation de l'APU | 2014 | → Près de 50% des engins de piste sont électriques
→ Réduction de 11% de la consommation de carburant APU par rapport à 2013

→ Contribuer à la réduction des émissions polluantes dues aux déplacements domicile-travail des salariés en région parisienne | 2014 | → Installation de 30 points de recharge pour les véhicules électriques dans les parkings des salariés
→ Partenaire des plans de déplacements interentreprises de Paris-CDG et de Paris-Orly

→ Mettre en oeuvre des solutions de roulage plus économes en carburant | 2014 | → Projet Airport Collaborative Decision Making : réduction de 3 minutes du temps de roulage à Paris-CDG
→ Projet TaxiBot : tractage des avions long-courriers au seuil de piste

OBJECTIFS

CALENDRIER RÉALISATIONS 2014

QUALITÉ DE L'AIR

KLM :
→ Réduire l'utilisation de l'APU par le recours à une énergie extérieure | 2014 | → Réduction des émissions de NOx grâce à une utilisation réduite de l'APU de 4250 heures

→ Accroître la proportion d'équipements électriques au sol | 2014 | → 40% des équipements de piste électriques à Schiphol

DÉCHETS

Air France :
→ 100% des déchets non-dangereux et 60% des déchets dangereux recyclés et valorisés | 2020 | → Taux de recyclage des déchets non-dangereux : 90%
→ Taux de recyclage des déchets dangereux : 43%

KLM :
→ Ambition « Pas de gaspillage des ressources et des matériaux » : 100% des déchets recyclés et valorisés | 2020 | → Taux de recyclage des déchets non-dangereux : 26%
→ Taux de recyclage des déchets dangereux : 75%

ÉNERGIE

Air France :
→ Améliorer l'efficacité énergétique des bâtiments et réduire de 8% leur consommation d'énergie par rapport à 2011 | 2014 | → Amélioration de l'efficacité énergétique des bâtiments : +14,6% par rapport à 2011

KLM :
→ Améliorer de 2% par an l'efficacité énergétique des bâtiments | 2016 | → Économies d'énergie : +1,9%
→ Énergie renouvelable générée par les installations KLM : +0,8%
→ 100% d'énergie hydro-électrique

BIODIVERSITÉ

Air France :
→ Projet Madagascar | 2017 | → Mise en oeuvre de la phase 2 du projet (2014-2017) : nouveaux partenaires et objectifs

→ Étude biodiversité aéroportuaire | 2015 | → Projet HOP ! : réalisation d'une étude d'évaluation de la biodiversité sur 4 aéroports français

KLM :
→ 100% de produits responsables pour la restauration en vol au départ d'Amsterdam | 2020 | → 15 nouveaux produits dans l'offre de restauration responsable en vol
→ Près de 80% des produits contenant du soja et de l'huile de palme non durables remplacés par des produits responsables

Chiffres clés

EMPREINTE CARBONE

27,7 millions de tonnes de CO₂

BRUIT

- 38%

Réduction de l'énergie sonore par rapport à 2000 alors que les mouvements aériens ont augmenté de 7%

PART DES OPÉRATIONS AU SOL ET AÉRIENNES DANS LES ÉMISSIONS DE CO₂



0,3% Opérations au sol
19,7% Court et moyen-courrier
80% Long-courrier

DÉCHETS

57 895 tonnes

Déchets non-dangereux +5,3% par rapport à 2013

5 808 tonnes

Déchets dangereux -18% par rapport à 2013
51% recyclés



CONSOMMATION DE CARBURANT

8,8 millions

de tonnes de carburant

3,45 litres

/passager/100km

- 6,7%

par rapport à 2011

EAU

793 000 m³

-3,9% par rapport à 2013



FLOTTE

546 avions

en exploitation

10,7 ans

âge moyen

ÉNERGIE

825 690 MWh

Consommation totale d'énergie (électricité, gaz, autres énergies)
-10% par rapport à 2013

Changement climatique

La contribution de l'aviation aux émissions de CO₂ d'origine humaine est estimée entre 2% et 3%. Cependant, compte tenu des prévisions de croissance du trafic aérien mondial, cette part pourrait être amenée à augmenter dans les vingt prochaines années.

AÉRIEN : CROISSANCE NEUTRE EN ÉMISSIONS DE CO₂ DÈS 2020

Le transport aérien a été le premier secteur à s'organiser au niveau mondial en définissant des objectifs de réduction des émissions de CO₂. En 2009, l'Association Internationale du Transport Aérien (IATA) s'est engagée sur trois objectifs à court et long terme :

- 1,5% par an : amélioration de l'efficacité énergétique d'ici à 2020 (hors mesures économiques) ;
- croissance neutre en émissions de CO₂ à partir de 2020 ;
- 50% de réduction des émissions de CO₂ en 2050 par rapport au niveau de 2005.

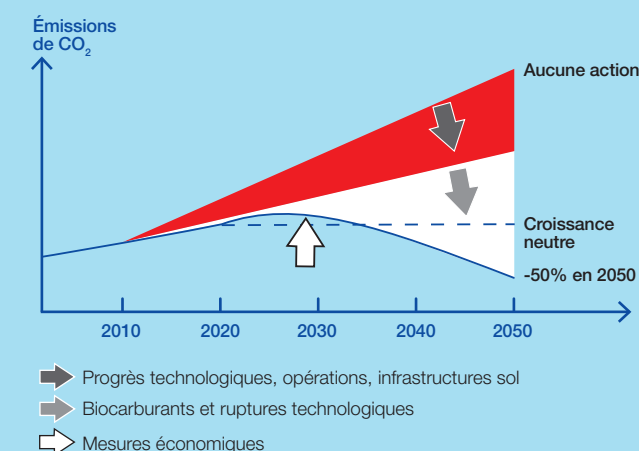
ADAPTATION AU CHANGEMENT CLIMATIQUE

Dans son rapport 2014, le Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat (GIEC) a évalué les impacts du changement climatique. Ces impacts, parmi lesquels des événements météorologiques extrêmes plus nombreux, pourraient représenter un risque potentiel pour les opérations aériennes. La mission de l'aviation est de garantir la sécurité, la sûreté et le meilleur service aux passagers. Grâce à l'étendue de leur réseau et à la composition de leur flotte, Air France et KLM opèrent déjà dans toutes les conditions climatiques et adaptent leur programme lorsque cela est nécessaire. Le groupe passe en revue périodiquement l'analyse des risques afin d'améliorer et d'optimiser les mesures existantes. Air France et KLM ont développé des programmes de gestion des situations d'urgence, auxquels sont formés les salariés, et travaillent avec les aéroports pour assurer les meilleures conditions d'exploitation et d'accueil de leurs clients. ●

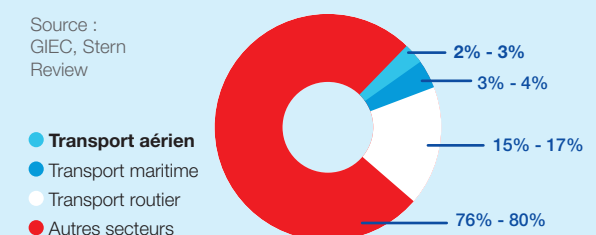
LE PLAN CLIMAT D'AIR FRANCE-KLM

Le groupe poursuit la modernisation de sa flotte et contribue à la recherche aéronautique.
→ Il mobilise l'ensemble du personnel et des parties prenantes externes autour de plans d'action environnementaux ambitieux, consistant en des mesures d'économie de carburant dans les opérations aériennes et de réduction des émissions des activités au sol, et en s'appuyant sur les principes de l'éco-conception.
→ Il encourage activement l'émergence de carburants alternatifs

LES ENGAGEMENTS DE L'INDUSTRIE



PART DES TRANSPORTS DANS LES ÉMISSIONS MONDIALES DE CO₂ D'ORIGINE HUMAINE



durables pour l'aviation et participe à la recherche sur les énergies renouvelables.

→ Il soutient des programmes de protection de l'environnement conduits par des ONG.

→ Il met à disposition des clients toutes les informations sur les émissions de CO₂ liées à leur voyage et leur propose la possibilité de les compenser.

→ Il soutient les efforts visant un accord mondial sur le climat et une juste contribution de l'aérien.

Empreinte carbone

Air France-KLM a pour objectif de réduire son empreinte environnementale et s'est fixé pour objectif de réduire d'ici 2020 ses émissions de CO₂ de 20% par rapport à 2011. Pour atteindre cet objectif, plusieurs mesures sont mises en œuvre, en particulier la modernisation de la flotte, l'efficacité opérationnelle, les carburants alternatifs durables et la compensation des émissions.

OBJECTIF 2020

Air France et KLM : Réduire les émissions de CO₂ de 20% par rapport à 2011 (g. de CO₂ / TKT)

MODERNISATION DE LA FLOTTE

En investissant dans une flotte moderne, plus efficace énergétiquement, Air France-KLM améliore à la fois ses performances économiques et environnementales. Le groupe a passé des contrats d'acquisition pour 25 Boeing 787 Dreamliners et 25 Airbus 350. Les premières livraisons sont attendues en 2015.

En 2014, Air France a pris livraison d'un Airbus A380. Deux Boeing 747-400ERF, un Airbus A319ER et trois Airbus A320 sont sortis de la flotte.

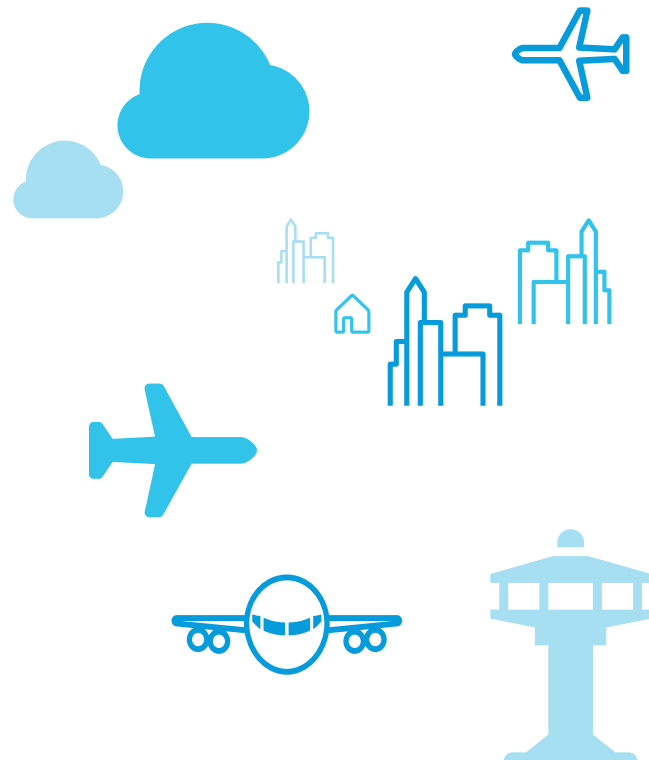
KLM a organisé la sortie de ses cinq derniers MD11. Ces vols sont à présent opérés par des A330-2/300 et des 777-200, des appareils plus efficaces énergétiquement de 20% par siège, réduisant ainsi de 20% les émissions de CO₂. Pour plus d'informations sur la flotte d'Air France-KLM, voir p.78 et le Document de référence 2014.

Le Plan Carburant d'Air France

Le Plan carburant identifie et met en œuvre toutes les mesures possibles d'économie de carburant dans le strict respect de la sécurité des vols. 150 mesures ont déjà été identifiées et plus d'une trentaine mises en œuvre.

Les initiatives d'écopilotage déployées en 2013 grâce à l'action des pilotes, ainsi que celles visant l'optimisation de l'emport d'eau potable sur les avions long-courriers, ont été poursuivies. De nouvelles initiatives ayant un impact important sur la consommation carburant ont été lancées sur les avions moyen-courriers comme le roulage départ avec un seul moteur ou le décollage avec une configuration volets réduite. L'entrée dans la flotte de deux nouveaux A320 équipés de sharklets a permis de réduire la consommation entre 2 et 4%.

Au bilan, ces actions combinées ont permis d'économiser 40 000 tonnes de carburant en 2014.



EFFICACITÉ OPÉRATIONNELLE

Allègement de la masse embarquée

Plus un avion est lourd, plus il consomme de carburant.

→ Un kilogramme en moins à bord de tous les avions d'Air France permet d'économiser 69 tonnes d'émissions de CO₂ par an.

→ En 2015, la flotte moyen-courrier d'Air France sera équipée de nouveaux sièges plus légers. La réduction des émissions de CO₂ s'élèvera à 1 400 tonnes sur la flotte A319 et à 2 300 tonnes sur la flotte A320 par an.

→ De nouveaux sièges seront installés en classe Economy sur les 777-200 de KLM en 2015. Pesant 11,6 kilos, ils sont les plus légers dans cette classe.

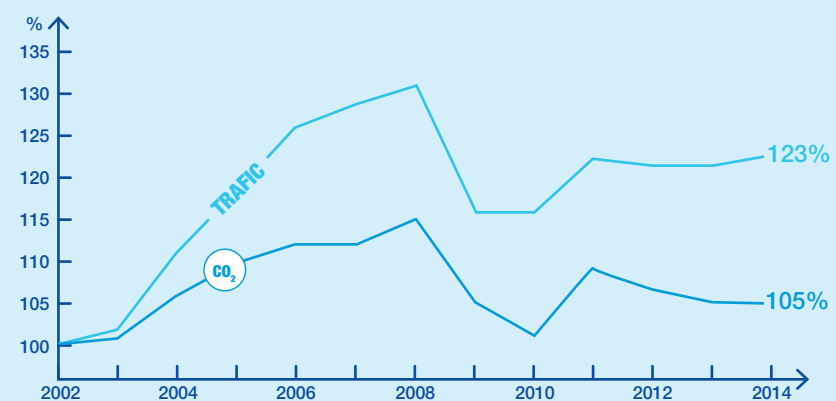
→ KLM et KLM Cityhopper ont numérisé leurs documents. KLM Cityhopper a été la première compagnie à numériser la documentation de bord des personnels navigants commerciaux et des pilotes.

→ La réduction du poids des produits de bord chez KLM a permis de réduire les émissions de CO₂ de 800 tonnes.

3,45 litres

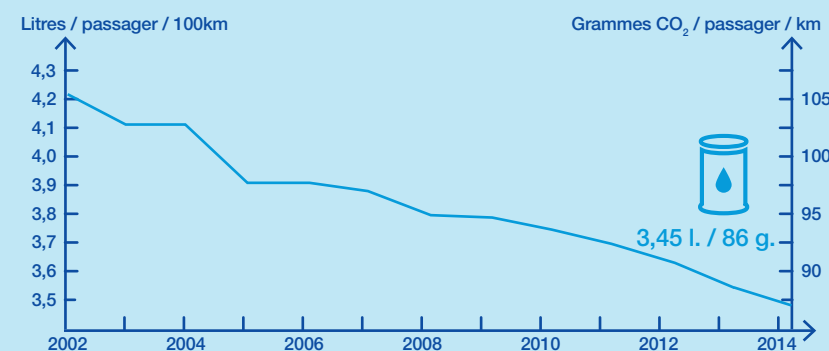
de carburant / passager / 100 km

ÉMISSIONS DE CO₂ ET TRAFIC (TKT)



Données Air France et KLM

CONSOMMATION SPÉCIFIQUE DE CARBURANT



Optimisation de l'utilisation de l'espace aérien

L'efficacité énergétique peut être améliorée grâce à l'optimisation des routes, des plans de vol et des altitudes, ainsi qu'à la réduction du temps d'attente (voir Positions publiques, p. 21).

→ L'impact du contrôle aérien a été évalué à 6% par an sur la consommation de carburant d'Air France, soit environ 70 000 tonnes par an. En 2014, Air France a lancé, avec le contrôle aérien, un programme visant à réduire les temps d'attente à l'approche de Paris-CDG, réduisant ainsi la consommation de carburant.

→ Grâce à l'optimisation des routes, KLM a réduit ses émissions de CO₂ d'environ 4 000 tonnes en 2014.

Écopilotage en vol et au sol

Les pilotes appliquent chaque fois que cela est possible les procédures les plus efficaces sur le plan énergétique : précision des plans de vol, adaptation de la vitesse et optimisation des procédures, roulage avec un moteur coupé et utilisation de groupes auxiliaires électriques GPU.

→ Air France a étendu son programme WEFree entre la France et l'Italie à d'autres destinations européennes, en opérant ces vols sur des routes directes donc plus économes en carburant. Grâce au programme Engage, les vols entre Paris-CDG et l'Amérique du Nord sont réalisés avec une vitesse et une altitude optimisées.

Le Plan Carburant de KLM

Le Plan Carburant vise à réduire la consommation de carburant au travers de plusieurs projets : politique carburant, normes en matière de carburant, optimisation des routes et réduction de la masse. Au total, ces actions ont permis à KLM d'économiser 15 000 tonnes de CO₂ en 2014.

La principale source de réduction résulte de la mise en œuvre d'une nouvelle procédure de départ de moindre bruit (Noise Abatement Departure Procedure 2 – NADP2). Cette procédure est à présent utilisée pour tous les vols au départ d'Amsterdam et pour 90% des autres vols. D'autres exemples d'actions mises en œuvre vont du choix de bouteilles en plastique PET pour le vin, plus légères que les bouteilles en verre, de filets de fret allégés, à la mise en œuvre de procédures de roulage au décollage plus efficaces énergétiquement.

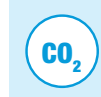
→ En 2014, KLM a mis en œuvre une nouvelle procédure de départ (NADP2) qui permet d'économiser 10 000 tonnes de CO₂ par an.

CARBURANTS ALTERNATIFS DURABLES

Air France-KLM estime que la transition des énergies fossiles vers les énergies renouvelables constitue une priorité pour assurer le futur de l'aviation commerciale. La stratégie du groupe consiste à examiner toute la chaîne de service, depuis la recherche jusqu'à la commercialisation, pour garder sa place de leader au sein du secteur. Les partenariats permettent d'accélérer le développement d'un marché pour les biocarburants (voir p.21 et p.30).

COMPENSATION DES ÉMISSIONS

Air France et KLM mettent à disposition de leurs clients des calculateurs d'émissions de CO₂, fondés sur les émissions réelles de chaque vol en termes de distance et d'efficacité énergétique. Disponibles sur leurs sites internet respectifs, ils comportent une option permettant de compenser ces émissions. Le groupe propose des crédits de réduction de carbone durables certifiés et garantissant un niveau de compensation important, au travers du partenariat d'Air France avec GoodPlanet et du programme KLM CO2ZERO qui investit dans des projets Gold Standard. ●



Carburants alternatifs durables

L'utilisation de biocarburant permet de réduire les émissions de CO₂ jusqu'à 80% par rapport à un carburant classique. Air France et KLM ont démontré la faisabilité d'opérer des vols avec du biocarburant, en toute sécurité et de façon durable. L'ambition du groupe est de contribuer à la mise en place d'une filière de biocarburants durables pour l'aviation, respectant des critères environnementaux, sociaux et économiques. Les deux compagnies ont établi des collaborations innovantes avec des clients corporate, des fournisseurs, des aéroports et des partenaires logistiques, afin de développer un nouveau marché du biocarburant durable pour l'aviation. Le groupe soutient l'utilisation de différentes matières premières renouvelables dès lors que leur production répond à des normes strictes : réduction substantielle des émissions de CO₂, impact minime sur la biodiversité, pas de concurrence avec les productions alimentaires ou l'accès aux ressources alimentaires, impact positif sur le développement local.



DÉFINIR DES CRITÈRES EXIGEANTS EN MATIÈRE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

→ Afin de s'assurer du caractère durable des matières premières utilisées, Air France et KLM sont membres de la *Roundtable on Sustainable Biomaterials* (RSB) depuis 2008, en tant que membres fondateurs du SAFUG (*Sustainable Aviation Fuel Users Group*). Le SAFUG fédère les 30 principales compagnies aériennes pour définir des politiques de durabilité pour les biocarburants. Les normes de la RSB sont prises en compte dans la réglementation européenne (liste RED) et ont été reconnues notamment par le WWF, l'UICN et le NRDC, comme les plus abouties dans leur domaine.

→ KLM s'appuie sur le Comité de développement durable indépendant de SkyNRG, auquel participent le WWF Pays-Bas, l'ONG Solidaridad et le Science Institute Copernicus Pays-Bas, qui conseille la compagnie sur les questions relatives à l'approvisionnement en biocarburant.



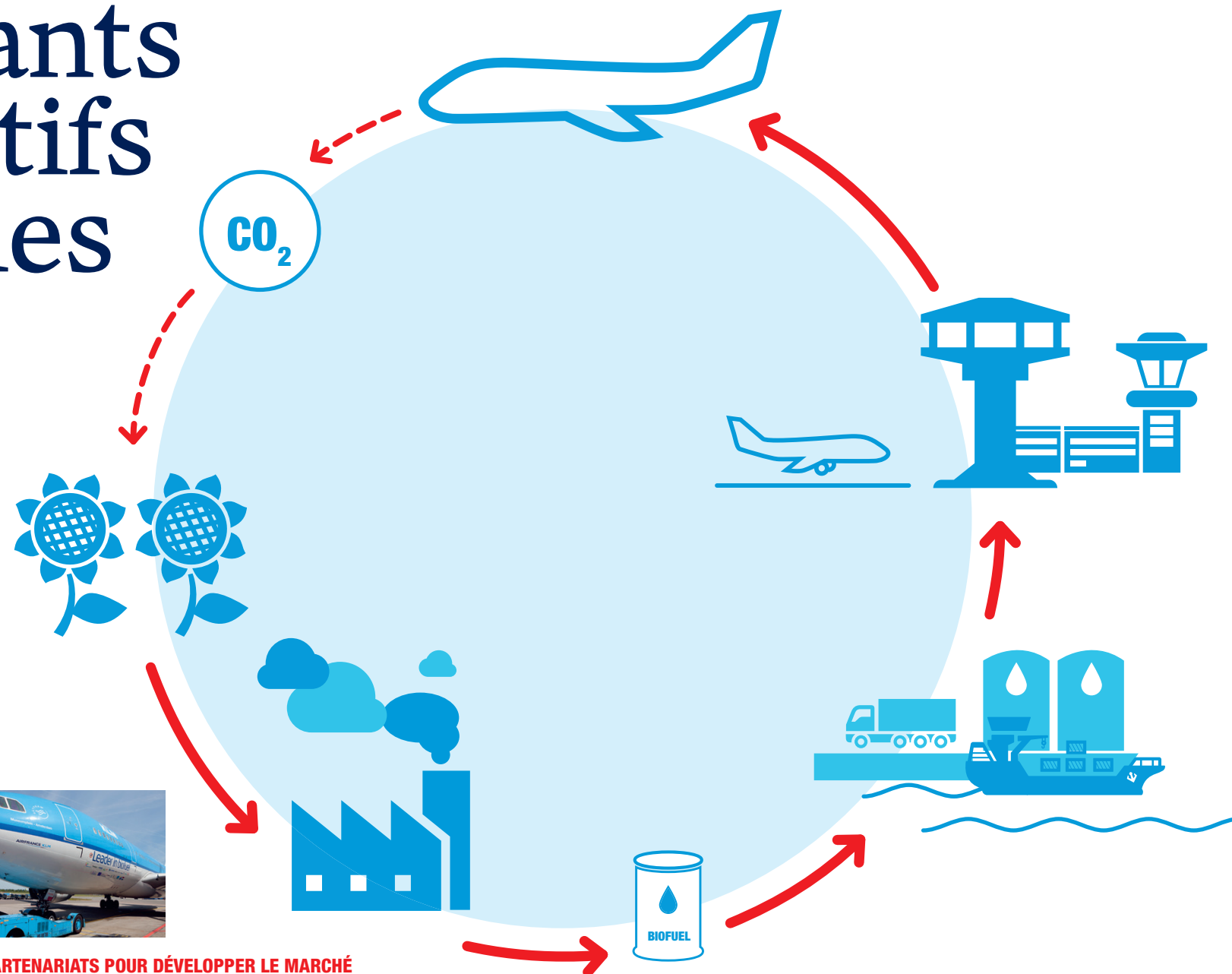
DES PARTENARIATS POUR DÉVELOPPER LE MARCHÉ

Air France et KLM travaillent en partenariat avec des clients et d'autres acteurs pour encourager le développement du marché des biocarburants durables pour l'aviation.

→ Air France participe au projet SYNDIESE de production de biocarburants à partir de déchets de l'exploitation forestière, conduit par le Commissariat à l'énergie atomique et aux énergies alternatives (CEA).

→ KLM collabore avec le gouvernement néerlandais, Neste Oil, le port de Rotterdam, SkyNRG et l'aéroport Schiphol dans le cadre de l'initiative BioPort Holland visant l'utilisation à grande échelle de biocarburants durables aux Pays-Bas. Ce projet a remporté le trophée « *Bio Sustainable Award* » qui a récompensé sa dimension collaborative.

→ Le programme KLM BioFuel, qui compte 15 partenaires en 2014, permet de soutenir le développement de la filière du biocarburant pour l'aviation (voir p.49).



SOUTENIR LES MESURES D'ENCOURAGEMENT RÉGLEMENTAIRES

Air France et KLM soutiennent également des mesures d'encouragement visant à développer le marché des biocarburants.

→ Les deux compagnies participent à l'initiative « Énergie durable pour tous » portée par les Nations Unies et l'initiative Biofuel FlightPath 2020 de la Commission européenne. Biofuel FlightPath vise une production annuelle de 2 millions de tonnes de biocarburants pour l'aviation d'ici 2020.

→ En France, Ini-FCA (Initiative Futurs Carburants Alternatifs) conduit par la Direction Générale de l'Aviation Civile (DGAC) a pour objectif la production de 200 000 tonnes de biocarburants en France d'ici 2020.

→ En 2014, le gouvernement néerlandais a annoncé son intention de rejoindre le programme KLM Biofuel pour encourager le développement d'un marché du biocarburant.

OPÉRER DES VOLS AU BIOCARBURANT

→ Depuis le 17 septembre 2014, Air France effectue un vol hebdomadaire au biocarburant, entre Toulouse et Paris-Orly. Ces vols sont opérés par un Airbus 321 équipé de moteurs CFM56 et alimentés en biocarburant Farnesane (10% d'incorporation dans le kérosène classique). Ce biocarburant est produit par Total-Amyris à partir de canne à sucre et a été certifié par la RSB. Grâce au soutien financier des 14 partenaires engagés dans le projet, ces vols seront opérés pendant un an (voir p.48).

→ KLM a lancé en mai 2014 une série de 20 vols au biocarburant opérés sur un Airbus 330 vers Aruba et Bonaire. Le biocarburant utilisé a été sélectionné par ITAKA et fourni par SkyNRG.



Bruit

Le bruit est l'un des enjeux prioritaires de la politique environnementale d'Air France-KLM. Le groupe a pour objectif de répondre à la demande de mobilité accrue tout en maintenant le bruit à un niveau acceptable pour les riverains des aéroports.

RÉDUIRE LE BRUIT

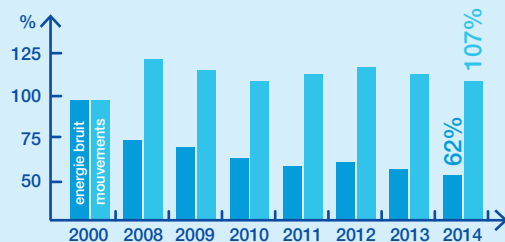
Le renouvellement et la modernisation de la flotte ont un impact majeur sur la réduction du bruit à la source. Le groupe poursuit ses investissements pour réduire le bruit de ses avions. Tous les avions exploités répondent aux critères du Chapitre 4 élaboré par l'OACI, norme la plus exigeante pour l'acoustique des avions civils. En 2014, KLM a sorti de sa flotte tous les MD11, qu'elle a remplacés par des appareils moins bruyants.

En complément de ces investissements, le groupe est très impliqué dans le développement de procédures de moindre bruit. Air France et KLM travaillent à l'amélioration des procédures de départ et d'approche avec les autorités de l'aviation civile françaises et néerlandaises qui en évaluent les bénéfices environnementaux. KLM a mis en œuvre la nouvelle procédure de départ NADP2 qui permet de réduire les nuisances sonores dans des territoires plus éloignés de l'aéroport (voir p.29). Le trafic de nuit est régi par des règles contraignantes portant sur le nombre de créneaux attribués, le respect des horaires programmés et les limites de bruit à ne pas dépasser.

Un dialogue avec les riverains pour de nouvelles solutions aéronautiques

En 2012, à la suite de plusieurs rencontres avec les riverains concernant un bruit spécifique produit par la famille A320, Air France et la DGAC ont interpellé Airbus pour en comprendre l'origine. Ce travail a conduit à créer une solution technique supprimant ce bruit, qui sera appliquée aux nouveaux avions sortis des chaînes de montage d'Airbus. Air France a décidé, de façon volontaire, d'équiper les 116 avions de sa flotte A320 de kits de réduction de bruit. Cette modification sera effectuée en 2015 et 2016.

INDICATEUR BRUIT GLOBAL



EMPREINTE BRUIT PAR TYPE AVION

ANNÉE DE MISE EN SERVICE	MASSE AVION	SURFACE EXPOSÉE À UN BRUIT DE 85 DB AU DÉCOLLAGE
2008	Airbus 380 510 tonnes	4 km ²
1988	Boeing 747-400 366 tonnes	7,4 km ²
1978	Boeing 747-200 300 tonnes	12 km ²

- 38 %

Réduction de l'énergie sonore par rapport à 2000, alors que le nombre de mouvements aériens a augmenté de 7%

31,5 m€

versés en 2014 pour l'aide à l'insonorisation

DIALOGUER AVEC LES RIVERAINS

Air France et KLM sont membres de comités locaux à proximité des aéroports, qui constituent la principale instance de dialogue entre les professionnels du transport aérien et les riverains, et qui orientent les mesures environnementales accompagnant le développement aéroportuaire. Air France est membre des Commissions consultatives de l'environnement (CCE) et des Commissions consultatives d'aide aux riverains (CCAR) des principaux aéroports français. KLM poursuit le dialogue dans le cadre du Comité Alders Table et du CROS (*Schiphol Regional Consultative Committee*). Les réglementations française et hollandaise intègrent la question des nuisances sonores de l'aviation dans les plans locaux d'urbanisme. Ces politiques permettent de réduire l'impact du bruit grâce à des aides à l'insonorisation des logements. Le transport aérien est le seul secteur d'activité finançant en totalité un système global de réduction des nuisances sonores. En 2014, Air France-KLM a versé 31,5 millions d'euros pour le financement de ces travaux d'insonorisation.

Qualité de l'air

L'activité aérienne a un impact sur la qualité de l'air dans les zones aéroportuaires, du fait des émissions et des particules issues des avions, des moteurs, des opérations au sol et des activités de maintenance. Air France-KLM réduit ses émissions locales au travers de trois axes : renouvellement de la flotte, investissements dans des véhicules et des équipements moins polluants, amélioration des procédures opérationnelles.

MESURER LES ÉMISSIONS AU SOL ET À BASSE ALTITUDE

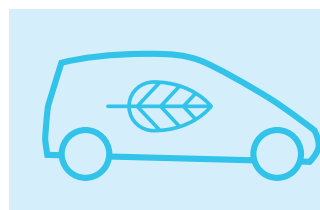
À Paris-CDG comme à Schiphol, la majeure partie des émissions gazeuses proviennent du mouvement des avions (roulage, décollage et atterrissage). Le reste est produit par les activités au sol, logistique aéroportuaire et déplacements par la route des passagers, des salariés et des fournisseurs. Depuis dix ans, la part de l'aérien – qui comprend l'accès à l'aéroport et son fonctionnement – dans les émissions mesurées en Île-de-France est restée stable. À Schiphol, les mesures annuelles de particules (PM) indiquent que la qualité de l'air est restée stable et s'est même légèrement améliorée ces dernières années.

DES ÉQUIPEMENTS PLUS RESPECTUEUX DE L'ENVIRONNEMENT

Au sol, Air France et KLM ont fait le choix de privilégier les véhicules électriques pour le renouvellement de leur parc. Ce programme s'étend aux équipements et aux engins de piste qui fonctionnent majoritairement au diesel. Près de la moitié des 1 000 engins de piste utilisés à Paris-CDG est électrique ; cette proportion est de 40 % pour KLM à l'aéroport de Schiphol. Pour réduire les émissions dans les aires de traitement des avions, KLM a pour objectif d'augmenter à 60 % la part du matériel électrique parmi les équipements et engins de piste.

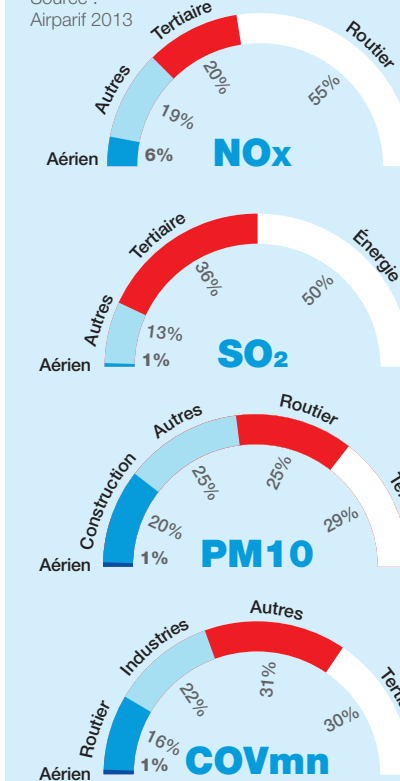
Un plan de mobilité pour les salariés d'Air France

Air France participe au plan de protection de l'atmosphère en région parisienne par le biais de son plan de déplacement entreprise. L'objectif est de réduire les émissions polluantes liées aux déplacements domicile-travail des salariés en favorisant les transports publics, en aménageant des bureaux de passage et en créant un site de covoiturage. Parmi les 44 000 salariés concernés, 79% viennent travailler en voiture et consacrent en moyenne 1h30 par jour à ces trajets. Ce constat constitue un enjeu important pour l'entreprise, tant en termes d'environnement que de santé et de sécurité au travail. Air France est partenaire des plans de déplacements interentreprises des aéroports de Paris-CDG et de Paris-Orly afin de mutualiser les moyens en faveur d'une mobilité responsable (voir p.65). En 2014, les salariés de Villeneuve-le-Roi et d'Orly ont testé des vélos électriques sur un long parcours et complété un questionnaire sur les moyens de transport doux. Pour lancer une dynamique de mobilité durable, Air France a installé 30 points de recharge de véhicules électriques dans les parkings des salariés



ÉMISSIONS DE POLLUANTS PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ EN ÎLE-DE-FRANCE

Source : Airparif 2013



PROCÉDURES OPÉRATIONNELLES

En collaboration avec les aéroports Paris-CDG et Schiphol, Air France et KLM ont pris des mesures pour réduire les émissions de NOx et de CO₂ lors des opérations au sol. En tant que partenaire du projet *Airport Collaborative Decision Making*, Air France est parvenue à réduire de trois minutes le temps de roulage à Paris-CDG. Quand les appareils ont coupé leurs moteurs, des groupes auxiliaires électriques (GPU) sont utilisés pour assurer le fonctionnement des systèmes de bord, plutôt que le générateur auxiliaire (APU) de l'avion alimenté au kérosène. La climatisation est assurée par un système électrique ACU (Air Conditioning Unit) quand cela est possible. Les GPU, comme un nombre croissant d'engins de tractage, ont été équipés d'un système de coupure automatique du contact. À Air France, le projet de réduction de l'utilisation de l'APU a mobilisé les directions de la maintenance, de l'exploitation sol et des opérations aériennes, et s'est accompagné de l'équipement de nouveaux dispositifs de climatisation à Paris-CDG, en Guadeloupe, en Martinique et à La Réunion. Ce projet a permis de réduire de 11 % la consommation de carburant APU en 2014 par rapport à 2013. 70 % des unités d'air pré-conditionné (PCA) de KLM sont électriques. Le tractage des avions par le recours à une source énergétique extérieure (et non aux générateurs auxiliaires APU) a permis d'éviter l'émission de 2 000 tonnes de CO₂ à Schiphol en 2014.

Déchets

Tout au long de sa chaîne d'approvisionnement, Air France-KLM agit pour limiter la production de déchets et augmenter la part des déchets revalorisés et recyclés. Ce sujet est perçu par ses clients comme un enjeu environnemental auquel le groupe doit faire face. Air France et KLM fondent leurs actions sur quatre principes : repenser, réduire, réutiliser et recycler.

OBJECTIFS 2020

Air France : 100% des déchets non-dangereux et 60% des déchets dangereux recyclés et valorisés

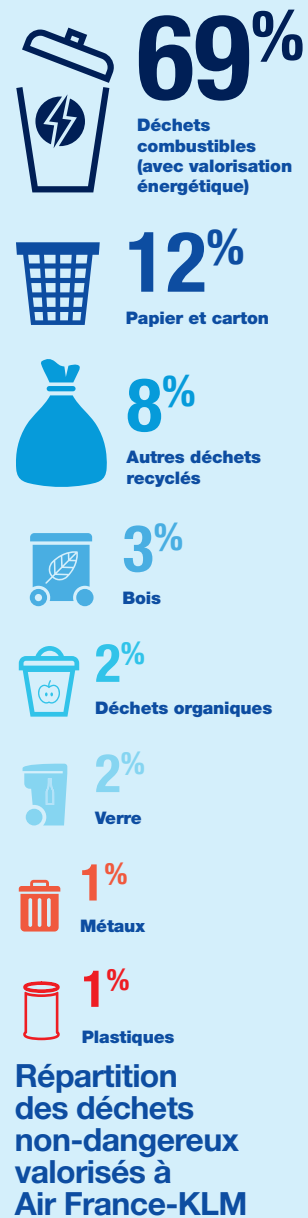
KLM : « Pas de gaspillage des ressources et des matériaux » 100% des déchets recyclés et valorisés

DÉCHETS À BORD

Tout au long de l'année, le groupe contrôle les sources de déchets générés. Environ 70 % des déchets non-dangereux sont dus à la restauration et aux déchets générés à bord. Pour réduire et traiter durablement ces déchets, il est nécessaire d'anticiper leur revalorisation et de les trier efficacement. À Air France, une grande partie des articles utilisés pour le service à bord est recyclée : cafetières, couverts en métal, plateaux, tiroirs, couvertures, trolleys, casques audio réutilisables, etc. La compagnie privilégie les objets éco-conçus qui prennent en compte l'ensemble du cycle de vie des produits. Quatre types de matériaux sont recyclés : plastiques, métaux, textiles, papiers. Les textiles sont recyclés principalement dans la fabrication de fibres isolantes utilisées dans la construction automobile ; les plastiques sont généralement réutilisés pour la fabrication d'autres objets comme les tiroirs et les plateaux d'Air France.

Chez KLM, l'utilisation d'emballages plus petits pour les produits proposés à bord a été l'un des axes de travail qui ont permis de réduire les déchets. Ainsi les nouvelles boîtes en carton pour les sandwiches permettent d'éviter 20 tonnes de déchets par an. Sur tous les vols européens, les déchets de bord sont triés directement dans les trolleys qui ont été adaptés à la collecte des gobelets. Ceux-ci facilitent le tri et réduisent également le volume de déchets en empilant parfaitement les gobelets. Le verre, les canettes, les couvercles en aluminium et les bouteilles en plastique PET sont également triés et recyclés. Entre deux rotations, la cabine de l'avion est reconditionnée et nettoyée. Les équipes de nettoyage cabine de KLM utilisent des conteneurs de couleurs différentes pour trier les papiers et les cartons. Les clients des vols intercontinentaux sont invités à déposer les journaux à l'avant de l'appareil pour en faciliter la collecte. Ainsi 587 tonnes de papier et de carton recyclables sont collectés chaque année.

Conformément à la réglementation européenne, tous les déchets alimentaires produits sur des lignes intercontinentales sont incinérés et servent à produire de l'énergie. Servair s'est engagée dans un programme d'amélio-



ration constante de la gestion des déchets : réduction de la quantité de déchets, augmentation de la part du recyclage et identification de filières de traitement adaptées. En 2014, Servair a lancé une campagne de sensibilisation auprès de ses collaborateurs sur le gaspillage, la perte et la casse des biens. Près de 4 300 collaborateurs y ont participé.

PIÈCES AÉRONAUTIQUES ET MÉTALLIQUES

Air France et KLM ont mis en place un dispositif de recyclage des déchets métalliques aéronautiques. Après transformation, une partie de ces déchets est utilisée pour fabriquer de nouvelles pièces. 174 tonnes de pièces aéronautiques et 80 tonnes de métaux ont été recyclés en 2014 chez KLM.

Air France a recyclé 20,7 tonnes de métaux. De plus, l'installation des nouveaux fauteuils long-courriers s'est accompagnée de la mise en place d'un processus de traitement et de démantèlement des anciens fauteuils, allant de la réutilisation et de la récupération de pièces détachées au recyclage des mousses et des métaux.

Chaque année, KLM Engineering & Maintenance (E&M) évalue les flux de déchets pouvant être réutilisés ou recyclés dans le programme ScrapPlaza. Autant que possible,

ont été placés dans tous les bâtiments de E&M. De plus, les outils de maintenance qui ne sont plus utilisés sont proposés aux salariés selon un système d'enchères, et les sommes récoltées sont reversées à des associations.

UNE NOUVELLE VIE POUR LES DÉCHETS

En 2014, Air France a réalisé une étude sur la gestion des déchets dans la compagnie et développé une formation e-learning pour sensibiliser les salariés au recyclage de déchets et au respect des réglementations en vigueur. L'étude vise également l'optimisation du transport des déchets, permettant à la fois de réduire les coûts et les impacts environnementaux.

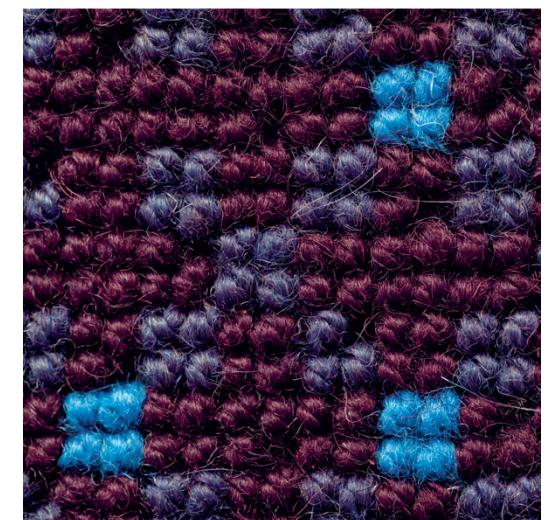
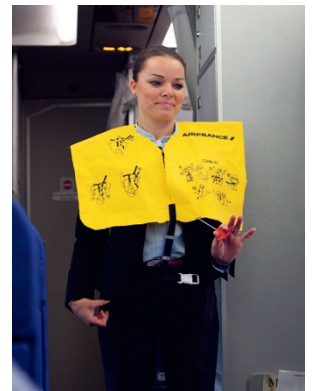
Air France et KLM travaillent en partenariat avec les acteurs du secteur aéronautique pour améliorer la prise en compte de l'économie circulaire et identifier les gisements et les filières de recyclage. En 2014, les deux compagnies ont participé à des études d'opportunité pour introduire l'économie circulaire sur les territoires des aéroports de Paris-CDG et de Schiphol.

Air France et KLM développent également des actions pour donner une seconde vie aux déchets. À Air France, les éléments réutilisables, comme le matériel médical, sont récupérés dans les kits de survie de bord périmés. Des gilets de sauvetage périmés ou encore des bâches publicitaires sont utilisés pour fabriquer des trousseaux et pochettes de voyage. En 2014, les uniformes usagés de KLM, ainsi que les anciennes moquettes de la classe Business, ont été transformés en fibres utilisées dans la production de la moquette qui équipe la nouvelle Business class de la compagnie. Ainsi 90 000 kilos de textiles collectés après le renouvellement des uniformes féminins en 2010 ont été recyclés et sont visibles dans le motif bleu de la moquette. 39 tonnes de moquettes usagées ont également été recyclées dans ce projet, dans le cadre du programme Take Back mené en partenariat avec le fournisseur Desso. ●

Réduire les déchets papier

La direction du Service en vol de KLM a fait le constat que la consultation croissante de la presse numérique a eu pour conséquence d'augmenter le nombre de journaux papier restants après les vols. Pour réduire ce gaspillage de papier, la quantité de journaux stockés à bord a été optimisée, et adaptée selon la destination, tout en conservant un nombre minimum de journaux à disposition. Par exemple, sur les vols vers l'Europe, l'offre de journaux en Business class correspond à 60%

du nombre de passagers. Cette initiative a permis de réduire les déchets papier de 20% et les coûts associés d'environ 2 millions d'euros au cours des trois dernières années. À la direction de l'Exploitation au sol de KLM, les manuels ne sont plus disponibles qu'en version numérique. En plus de faciliter la mise à jour régulière, cette initiative a entraîné une économie de plus de 375 000 feuilles de papier par an.



Énergie et eau

Air France-KLM a pour objectif de réduire sa consommation d'énergie, d'améliorer son efficacité énergétique et d'augmenter la part des énergies renouvelables consommées dans ses bâtiments, ses bureaux et ses hangars.

OBJECTIF 2020

Air France et KLM : Amélioration de 20 % de l'efficacité énergétique par rapport à 2011

CONSOMMATION D'ÉNERGIE ET EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE

À Air France, l'objectif de réduction de la consommation d'énergie s'applique à toutes les directions au travers des contrats d'objectifs annuels. L'objectif 2015 est une réduction de 2 % par rapport à 2014.

Pour y parvenir, la direction Systèmes d'information qui gère deux data centers a modernisé son site de Valbonne dans une démarche alliant efficacité énergétique, innovation en matière de développement durable, réduction des coûts et de l'empreinte carbone.

Des mesures d'économie d'énergie sont mises en œuvre en partenariat avec les fournisseurs. À la direction de la Maintenance qui opère dans de vastes hangars, un contrat de performance énergétique a été signé en 2013 avec un prestataire multi-technique, pour réduire la consommation de chauffage de 12,5 % (à DJU constant) par an. Fin 2014, cet objectif a été non seulement rempli, mais a plus que doublé pour atteindre une réduction de 30%.

Chez Servair, un audit de la consommation énergétique globale a été conduit en 2014. Une évaluation de procédure a permis de détecter une consommation énergétique excessive sur le site de Paris-CDG. Le système de gestion de la température a donc été revu pour mieux réguler la demande en énergie lorsque le chauffage est allumé. Cet investissement a réduit la consommation en énergie de 50 % soit plus de 600 000 kWh pour le premier trimestre de 2014. Cela représente la consommation électrique annuelle de 75 personnes.

KLM déploie son Plan d'efficacité énergétique 2013-2016. Les mesures visent une réduction annuelle de 2 % des consommations. En 2014, le remplacement des systèmes de refroidissement a permis une amélioration significative de l'efficacité énergétique. Ainsi dans un bâtiment, grâce à l'utilisation de réfrigérants plus responsables, ce système permet d'économiser 190 000 kWh par an.

Le nouveau système de refroidissement du data center de KLM devrait réduire la consommation de 570 000 kWh par an. Il a permis de réduire l'indicateur d'efficacité énergétique de 1,8 à 1,6.

Chez KLM Catering Services, le nouveau système de refroidissement et de récupération de chaleur a réduit la consommation énergétique de plus



d'un million de kWh par an.

KLM Engineering & Maintenance a également commencé l'installation d'un nouveau système d'éclairage, qui produit trois fois plus de lumière tout en consommant 70 % d'énergie en moins, augmentant ainsi la productivité de 6 %. En 2014, les couloirs de circulation intérieure ont été équipés d'un éclairage à LED, qui est non seulement plus efficace en termes énergétiques mais permet aussi de réduire le nombre d'accidents. Par ailleurs, des capteurs ont été installés dans un des hangars pour détecter la présence d'un avion. Ainsi, la lumière et le chauffage sont automatiquement éteints lorsque le hangar est vide.



ÉNERGIE DURABLE

Air France et KLM investissent également dans les énergies durables pour leurs opérations au sol. Depuis 2002, KLM utilise des pompes à chaleur alimentées par des aquifères. Ce sont des nappes souterraines dont l'énergie thermique peut être utilisée. Actuellement, cinq pompes à chaleur à aquifères sont exploitées. Elles produisent assez d'énergie pour chauffer et réfrigérer cinq bâtiments. En 2014, elles ont généré l'équivalent de 710 000 kWh et 89 000 m³ de gaz naturel.

ÉCONOMISER L'EAU

Les activités du groupe les plus consommatrices sont le catering qui représente environ 45% de la consommation totale d'eau, et la maintenance, qui en représente environ 25%.

La préservation des ressources passe par la prévention. KLM Catering Services a réduit la quantité d'eau utilisée pour le lavage de la vaisselle en adoptant des mesures préventives comme l'installation de compteurs d'eau et le retrait des appareils les moins performants.

Servair a mis en place plusieurs mesures visant à mieux maîtriser la consommation d'eau par des suivis réguliers et intégrant l'économie d'eau dans les modes opératoires des ateliers. Les consommations d'eau ont ainsi été réduites de 20 % depuis 2010 sur les sites français. Servair s'engage également à réduire le rejet d'eau souillée, en ajustant les concentrations des produits lessiviels dans les machines à laver et le nettoyage des bâtiments, et en déployant des systèmes de recyclage des huiles alimentaires. Par ailleurs, des investissements importants ont été réalisés dans les stations de prétraitement des eaux industrielles.

Réduire la consommation d'eau passe aussi par l'innovation. Air France Industries utilise le procédé « EcoShine » pour le nettoyage extérieur de ses avions. Grâce à l'utilisation de lingettes, elle permet de diviser par 100



Un lavage économe en énergie

Lamme Textielbeheer lave plus de 270 000 pièces de textile par semaine pour KLM comme des oreillers, des couettes ou des uniformes. Pour améliorer l'efficacité énergétique de ses lavages, la compagnie a défini un ensemble de mesures dans son Plan d'efficacité énergétique.

Récemment, les températures de séchage ont été optimisées économisant 2 000 kWh d'électricité, le rythme des lavages a également été réduit, permettant une économie d'électricité de 3 000 kWh. Entre 2012 et 2014, Lamme Textielbeheer a réduit de 14% sa consommation d'électricité et de 8% celle de gaz par kilo de linge.

Par ailleurs, les améliorations logistiques ont diminué les transports de 540 km par semaine. Enfin, l'entreprise emploie 40 personnes en situation de handicap.



la quantité d'eau nécessaire : 100 litres pour nettoyer un Boeing 777 au lieu de 10 000 litres auparavant. Cette économie de 8 millions de litres d'eau par an permet aussi de diminuer significativement le retraitement des eaux usées. KLM E&M utilisera également ce procédé.

Le lavage à l'eau des moteurs (ou « engine water wash ») est

une nouvelle méthode d'entretien qui optimise leur utilisation. Il réduit la consommation de carburant et les émissions de CO₂. L'opération est effectuée en accord avec les principes environnementaux : l'eau utilisée est récupérée pour être recyclée. Environ 100 litres d'eau sont versés dans le moteur en plusieurs fois dans sa partie frontale. Le moteur continue à tourner pendant la procédure, permettant des effets proches de ceux d'une machine à laver. Le moteur se nettoie donc lui-même. ●

Recherche et innovation

Air France-KLM soutient la recherche et l'innovation afin de mieux connaître les impacts environnementaux de ses activités et d'agir efficacement pour limiter son empreinte.

DES PROGRÈS SUR LE CLIMAT, LE BRUIT ET LA QUALITÉ DE L'AIR

Depuis 2013, le vice-président du conseil d'administration d'Air France-KLM préside ACARE, conseil consultatif qui anime un réseau européen de recherche stratégique en aéronautique. Par ses recommandations auprès de la Commission européenne, ACARE contribue au développement d'une aviation plus respectueuse de l'environnement, tout en préservant la compétitivité des compagnies européennes. L'innovation concerne les biocarburants, la conception des avions, le ressenti des passagers dans les aéroports et les procédures de certification européenne pour les composants et les systèmes aéronautiques. KLM est membre du comité de direction de ACARE Pays-Bas, présidé par le ministre néerlandais des Affaires économiques, auquel participent d'autres ministères, des universités et l'aéroport de Schiphol.

Air France est membre du comité de pilotage du CORAC, le Conseil pour la recherche en aéronautique civile, déclinaison française d'ACARE. Le CORAC réunit tous les acteurs français de la recherche aéronautique afin de concevoir ensemble les aéronefs de 2050 et passer de la recherche fondamentale à la réalisation de prototypes. Les domaines étudiés vont de la cellule avion à la motorisation et aux systèmes d'alimentation en énergie. Air France participe également à différents groupes de travail comme IROQUA qui vise à réduire le bruit des avions, ou encore Ini-FCA pour le développement des carburants alternatifs durables.

KLM participe à plusieurs projets visant la création d'un marché pour les biocarburants destinés à l'aviation, comme le projet ITAKA. Le projet RENJet, financé par Climate KIC, réunit des acteurs de la supply-chain. Le consortium BioReFly, dont KLM est membre, travaille sur la production de kérosène à partir de déchets de lignine et a débuté le processus de certification ASTM.



AIR FRANCE ET LA RECHERCHE SUR LE CLIMAT

Depuis juin 2013, Air France transporte à bord d'un Airbus 340 des instruments de mesure de l'atmosphère. Le programme européen IAGOS (*In-service Aircraft for a Global Observing System*) assure une surveillance du climat et de la pollution atmosphérique à l'échelle mondiale. Les informations collectées présentent un grand intérêt pour ces recherches, d'autant plus que l'appareil dessert notamment les Antilles et l'Afrique de l'Ouest, zones peu couvertes par les autres compagnies soutenant ce projet. Les relevés sont mis à la disposition des centres météorologiques internationaux et des scientifiques du monde entier, notamment pour l'étude du cycle du carbone et pour la vérification des émissions de CO₂.

MODERNISATION DU CIEL EUROPÉEN

En 2014, Air France a rejoint le *SESAR Deployment Alliance*, une entité chargée de planifier et coordonner une modernisation massive de l'espace européen. Nommée par la Commission européenne, cette instance interprofessionnelle unique est composée de quatre compagnies aériennes, 25 aéroports et onze services de contrôle du trafic aérien. Elle sera chargée de superviser la mise en œuvre du Ciel unique européen pour un budget de trois milliards d'euros, afin d'améliorer l'efficacité opérationnelle, de diminuer les retards et de renforcer les performances environnementales.

VERS LE ROULAGE ÉLECTRIQUE

Depuis 2013, Air France travaille au développement du système EGTS (*Electric Green Taxiing System*) conçu par Honeywell et Safran. Installé sur les A320, ce système vise à réduire significativement l'utilisation des moteurs de l'avion ou de véhicules pour le tractage au sol. Il permet de réduire les coûts mais aussi les émissions de polluants et les nuisances sonores. Un avion moyen-courrier équipé du système EGTS peut ainsi réduire ses émissions d'oxydes d'azote (NOx) d'environ 50%. En 2014, Air France a démarré un nouveau projet de roulage électrique pour ses long-courriers. ●



Biodiversité

Des labels responsables

KLM a pour objectif d'intégrer chaque année au moins 15 nouveaux produits de restauration responsable sur les vols au départ de Schiphol (poisson MSC, oeufs et poulet "Rondeel", etc.). Dans certaines régions du monde, l'approvisionnement en produits certifiés peut se révéler plus difficile. Un projet a été mené avec succès au Suriname où les crevettes pêchées localement ont été certifiées MSC et sont servies sur les vols vers Amsterdam. Ce projet illustre les actions qui peuvent être mises en œuvre pour réduire l'impact sur la biodiversité, tandis que la pêche au chalut a un impact très important sur les zones côtières. D'autres objectifs concernent le soja responsable et l'huile de palme présents dans les produits (actuellement 80%) et l'utilisation de fruits et de noix.



participe à l'amélioration des conditions de vie des communautés locales et à la protection de la biodiversité malgache. La deuxième phase du projet (2014-2017) vise à renforcer les activités de conservation, élargir et améliorer la propagation des activités durables alternatives à la déforestation et obtenir l'un des labels internationaux REDD+.

HOP! a lancé en 2014 un projet innovant et collaboratif afin d'évaluer la biodiversité aéroportuaire, d'identifier les bonnes pratiques et d'aller vers une gestion plus naturelle des espaces, tout en respectant les contraintes de l'exploitation aérienne. Une première étude a été menée avec quatre aéroports français volontaires, sous le contrôle du comité scientifique de HOP! composé de chercheurs et d'universitaires. Cette dynamique, lancée avec les personnels de HOP! et des aéroports partenaires, sera poursuivie avec la volonté d'associer de nouveaux acteurs dans un projet engagé en faveur de la transition écologique.

Dans le cadre de son partenariat avec le WWF Pays-Bas, lancé en 2007, KLM finance trois programmes de protection de la nature : le Triangle de Corail en Indonésie, le Parc Marin à Bonaire et le programme APRA de reforestation en Amazonie. Le programme APRA recouvre des programmes de protection et de conservation de la biodiversité sur un vaste territoire (environ 15% de la région amazonienne soit 60 millions d'hectares). ●

L'impact du transport aérien sur la biodiversité résulte des choix en matière de restauration à bord et des émissions de CO₂ qui contribuent au changement climatique.

UNE RESTAURATION RESPONSABLE

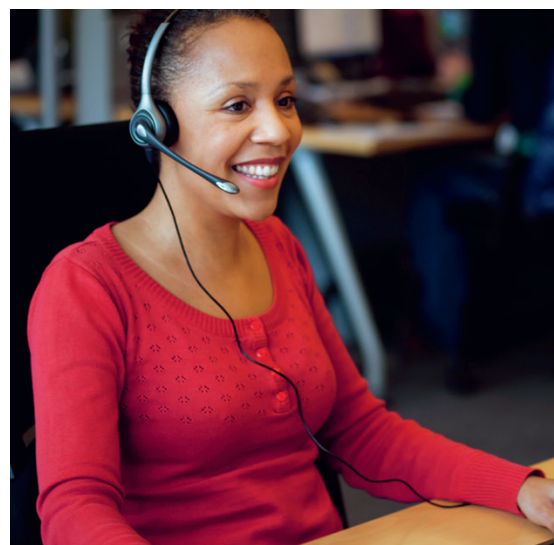
Air France et KLM servent au total 85 millions de repas et d'encas par an. Compte tenu de la quantité de produits nécessaires à leur élaboration, les choix du groupe peuvent avoir un impact significatif sur la biodiversité.

Air France et Servair privilégient les produits locaux, de saison et responsables. En 2014, Servair a utilisé plus de 200 tonnes de produits issus de l'agriculture biologique, ainsi que des produits d'appellation d'origine contrôlée et protégée (AOP/AOC) dont 8,7 tonnes de fromage et plus de 70 000 bouteilles de vin et de champagne.

KLM a pour objectif de proposer une restauration 100% responsable à bord des vols au départ d'Amsterdam d'ici à 2020. Les produits sélectionnés sont fabriqués de façon responsable, respectant le bien-être animal et conditionnés dans des emballages réduits pour une empreinte environnementale plus faible. Une attention particulière est portée sur le poisson, l'huile de palme et le soja. À cet effet, KLM est membre de la « Round Table on Responsible Soy » et de la « Round Table on Sustainable Palm Oil ».

DES PARTENARIATS EN FAVEUR DE LA BIODIVERSITÉ

Le Programme de conservation des forêts, soutenu par Air France depuis 2008 et co-financé par l'Agence Française de Développement (AFD) et le Fonds Français pour l'Environnement Mondial (FFEM) depuis 2014,



OBJECTIFS ET RÉALISATIONS 2014

NOTRE DÉMARCHÉ

DIALOGUE CLIENT

ACHATS RESPONSABLES

BONNES PRATIQUES

DES PRODUITS INNOVANTS ET RESPONSABLES

AMBITION

Nous intégrons nos engagements d'entreprise responsable dans la relation client en offrant des produits et des services responsables de qualité. En coopération avec nos fournisseurs et nos partenaires, nous prenons en compte les enjeux liés au développement durable tout au long de la chaîne de service.

Expérience client

Notre démarche

Air France-KLM concrétise son engagement d'entreprise responsable en développant des produits et des services responsables pour ses clients. Cette démarche vise à intégrer les enjeux liés au développement durable dans la chaîne de valeur :

- Elle se décline à toutes les étapes, de la conception à la mise en oeuvre, en passant par l'achat.
- Elle repose sur l'écoute client et la prise en compte des critères environnementaux et sociaux dans la prescription.
- Elle s'appuie sur une politique intégrée d'achats responsables, menée en collaboration avec les fournisseurs et les partenaires.

DIALOGUE CLIENT ET CO-CRÉATION

→ À chaque étape du développement des produits et services :

- analyses clients et études de leurs comportements ;
- identification des besoins ;
- étude de la concurrence ;
- tests clients.

→ Suivi de la qualité et de la satisfaction client.
→ Implication des clients dans les initiatives pour le développement durable.



PROPOSER DES PRODUITS & SERVICES



DÉVELOPPER DES PRODUITS & SERVICES



ACHETER DES PRODUITS & SERVICES



FOURNISSEURS



INTÉGRATION DU DÉVELOPPEMENT DURABLE DANS LA PRESCRIPTION

Éco-conception
→ Application de l'éco-conception dès l'expression du besoin.
→ Intégration de critères environnementaux et sociaux dans le cahier des charges.
→ Implication de tous les acteurs dès les premières étapes du processus de conception (image de marque, marketing, directions techniques, achats, etc.).

Mettre en œuvre une stratégie d'achats responsables

→ À toutes les étapes du processus, de l'appel d'offre à la signature du contrat et au suivi des fournisseurs.
→ Axée sur le respect des engagements, l'évaluation des risques liés à la chaîne d'approvisionnement et la recherche de nouvelles opportunités en matière de développement durable.
→ Avec une sensibilisation forte des acheteurs et des directions métiers aux enjeux du développement durable.

Pour plus d'informations, voir p. 46-47

Pour plus d'informations, voir p.44-45

OBJECTIFS

RÉALISATIONS 2014

DIALOGUE CLIENT

Renforcer les dispositifs encourageant le dialogue client

→ Les 20 000 membres du programme Quality Observer ont effectué plus de 25 000 rapports de vol
→ Plus d'1 million de questionnaires de satisfaction eSCORE ont été remplis par les clients
→ Déploiement de l'indicateur Net Promoter Score comme indicateur de référence du groupe Air France-KLM sur la recommandation client

Impliquer plus encore les clients dans les projets RSE

→ Extension du programme KLM Takes Care
→ Lab'line for the future : réalisation d'une enquête sur la vision des clients du voyage responsable de demain

OBJECTIFS

RÉALISATIONS 2014

PRODUITS ET SERVICES RESPONSABLES

Poursuivre l'intégration du développement durable dans les produits et services

→ Lancement de Lab'line for the future : Air France alimente un vol hebdomadaire Toulouse-Paris-Orly avec du biocarburant, faisant de cette ligne une vitrine de l'innovation responsable
→ Déploiement de la New World Business Class de KLM sur les Boeing 747 et 777
→ 3 nouveaux partenaires du Programme KLM BioFuel
→ 15 nouveaux produits de restauration responsable sur les vols KLM

ACHATS RESPONSABLES

Renforcer la stratégie d'achats responsables

→ Déploiement d'une approche de gestion des risques liés à la chaîne d'approvisionnement
→ 75% des fournisseurs du groupe ont signé la Charte de développement durable
→ 179 fournisseurs ont été évalués sur leurs performances RSE
→ Des recommandations destinées aux fournisseurs ont été développées en collaboration avec UNICEF-Pays-Bas

Dialogue client

Le dialogue et l'écoute client sont essentiels à la mise en œuvre de produits et services de qualité. Les clients participent pleinement à l'intégration du développement durable dans l'expérience client.



ÉTUDES CLIENT

La direction Customer Insight regroupe les activités d'analyse et de mesure de la satisfaction client. Elle réalise également des veilles concurrentielles, des études client et des analyses de données, avec une attention constante à la protection des données personnelles.

Co-création

Le groupe place le client au cœur du développement de ses produits et services. Quelques exemples de réalisations en 2014 :
 → Air France a réalisé plusieurs tests sur la restauration long-courrier auprès de ses clients et a intégré leurs remarques dans le processus d'amélioration de son offre.
 → Un programme de co-création a été mis en place avec les membres premium du programme Flying Blue.
 → KLM a conduit une étude sur les attentes de ses clients pour les services destinés aux familles et aux enfants.

Analyse client

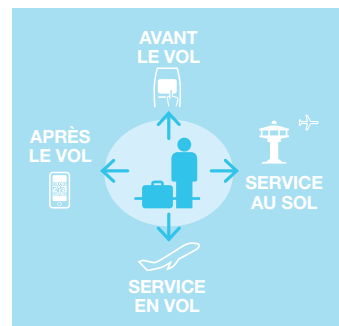
Air France-KLM s'assure au travers d'études ponctuelles, de panels clients et de tests en vol que les remarques des clients sont systématiquement prises en compte dans le développement de nouveaux produits et services :
 → Près de 50 études ad hoc sont conduites chaque année auprès de 22 000 clients FB@home et 500 clients Intouch.
 → 35 études ont été réalisées parmi les clients d'Air France-KLM et d'autres compagnies pour comprendre leurs besoins.
 → Les réclamations des clients sont systématiquement analysées et font l'objet d'un reporting mensuel pour comprendre les enjeux en termes de produits et services et définir des axes d'amélioration.
 → En 2014, le Net Promoter Score a été déployé à travers le groupe comme l'indicateur de référence sur la recommandation client.

Veille concurrence

Des études de marché et des études sectorielles (comme Airs@t ou la comparaison de IATA sur les programmes de voyageurs fréquents) enrichissent l'analyse de l'environnement concurrentiel. Une partie de ces informations est accessible à toutes les directions grâce à un intranet dédié. Le groupe collabore aussi avec d'autres entreprises ayant des clients similaires comme le groupe hôtelier Accor. Ainsi, une étude commune a été menée sur les comportements d'achat des personnes réservant des séjours et des billets d'avion.

Analyse de la satisfaction client

→ Air France-KLM a achevé la mise en place de son programme « Quality Observer ». Constitué autour d'une communauté de clients Flying Blue, il propose à ses membres d'effectuer des audits qualité pour vérifier que les services sont conformes aux standards du groupe. Environ 20 000 clients ont rejoint le programme, via un site internet dédié et une application mobile. 25 000 évaluations par an sont ainsi effectuées.
 → Depuis 2014, eSCORE est totalement déployé. Il mesure la satisfaction des passagers Air France-KLM sur tous les vols grâce à un questionnaire en ligne personnalisé. Ainsi, les informations collectées tiennent compte des profils des passagers, de leurs choix, et mesurent leur ressenti sur l'ensemble du parcours client. Plus d'un million de réponses ont été reçues et analysées pour une amélioration constante et une personnalisation des produits et services.



UNE AMBITION D'EXCELLENCE DANS LA RELATION CLIENT

En 2014, Air France-KLM a multiplié les initiatives destinées à atteindre l'excellence dans le service aux clients :
 → Air France a repris l'approche de ses Signatures de service utilisées pour la relation client comme modèle pour ses relations internes. Les pratiques managériales intègrent dorénavant les cinq valeurs de la relation attentionnée et l'excellence de service fait partie des dispositifs de reconnaissance des salariés.
 → Les Signatures de service ont été déployées dans plus de 100 escales Air France-KLM, soit plus de la moitié d'entre elles. Dans le cadre de sa déclinaison managériale, les initiatives des équipes en contact avec les clients sont valorisées.
 → KLM Lost & Found : KLM a mis en place une équipe dédiée pour retrouver les propriétaires des objets trouvés par ses équipages ou son personnel aéroportuaire. Pour assurer un service rapide, toutes les informations disponibles sont utilisées comme les numéros de siège et de téléphone ou les réseaux sociaux. D'après les premiers résultats, environ 80% des objets trouvés ont été restitués.



IMPLIQUER LES CLIENTS DANS LES INITIATIVES POUR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Suivi des études sur le développement durable
 L'enquête de perception du développement durable auprès des clients Flying Blue a été actualisée en 2013. Élément clé du dialogue que mène l'entreprise avec ses clients, cette enquête interroge les passagers sur les actions qu'ils jugent prioritaires pour le groupe. Comme on peut le voir ci-dessous (les priorités les plus souvent mentionnées correspondent aux lettres les plus grandes), les items les plus importants sont : la modernisation de la flotte, la réduction des déchets, le soutien à la recherche aéronautique et à la recherche sur les énergies renouvelables.

KLM Takes Care

KLM a lancé sa plateforme en ligne et son logo KLM Takes Care en juin 2012, qui rassemble toutes ses activités de développement durable sous un même nom. Le site klmtakescare.com informe sur les sujets de RSE, permet d'engager le dialogue et offre un lieu de débats. KLM Takes Care facilite l'identification des activités RSE et le logo améliore leur visibilité. ●

RÉSEAUX SOCIAUX

Ils forment la pierre angulaire du dialogue d'Air France-KLM avec ses clients.

- 13 151 570 fans, en augmentation de 71 %
- 2 163 485 followers, en augmentation de 79 %
- 157 841 followers, en augmentation de 287 %

LES PRIORITÉS LIÉES AU DÉVELOPPEMENT DURABLE VUES PAR NOS CLIENTS

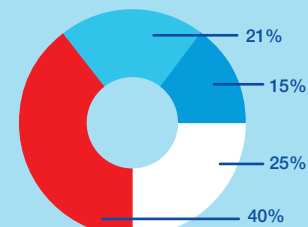


klmtakescare.com

Achats responsables

En tant qu'acheteur d'une grande variété de produits et services, allant du carburant aux produits de restauration à bord, Air France-KLM intègre le développement durable dans la supply-chain, en cherchant à en minimiser l'empreinte environnementale et à créer de la valeur sociétale. Avec 4 976 fournisseurs, le rôle des achats du groupe se doit d'être proactif. Les principaux domaines d'achats sont la flotte, le carburant, les redevances aéroportuaires et de navigation, les produits à bords, la maintenance des avions et les équipements. Compte tenu de la part importante des dépenses externes dans les charges totales, l'optimisation, l'innovation et l'intégration du développement durable dans la chaîne d'approvisionnement sont prioritaires pour le groupe.

RÉSULTATS DES ÉVALUATIONS ECOVADIS - 179 FOURNISSEURS



● Or
● Argent
● Bronze
● Sans médaille

4 976

fournisseurs



75%

des fournisseurs sont signataires de la Charte de développement durable du groupe Air France-KLM

179

fournisseurs évalués sur leurs performances RSE

LA STRATÉGIE D'ACHATS RESPONSABLES D'AIR FRANCE-KLM COMPORTE QUATRE AXES PRINCIPAUX

Chartes et normes

Chaque acheteur signe un code d'éthique. Les fournisseurs doivent signer la Charte de développement durable d'Air France-KLM, fondée sur les principes du Pacte mondial des Nations unies, ou envoyer un document similaire, validé ensuite par Air France-KLM. En 2014, des lignes directrices complémentaires ont été développées. Elles sont basées sur les standards internationaux comme les Principes directeurs des Nations Unies relatifs aux entreprises et aux droits de l'Homme ou les Principes directeurs de l'OCDE à l'intention des entreprises multinationales. L'UNICEF en tant que partenaire de KLM a contribué aux aspects liés aux droits de l'enfant.

Évaluation des risques liés à la chaîne d'approvisionnement

Air France-KLM utilise la plateforme en ligne EcoVadis pour mesurer la performance RSE de ses fournisseurs. Ils sont évalués sur des critères sociaux, environnementaux, éthiques et sur la gestion de leur chaîne d'approvisionnement. Ils se voient décerner un score en fonction de leur performance. Une approche de gestion du risque a été développée en 2014, afin d'évaluer en priorité les fournisseurs de domaines d'achats ou de pays présentant le plus de risques.

Gestion de la non-conformité

Une politique de gestion de la non-conformité a été formalisée en 2014 et est progressivement déployée. Tous les fournisseurs sont sollicités pour signer la charte de développement durable et ceux considérés comme le plus à risques font l'objet d'une évaluation RSE par EcoVadis. Un plan de progrès est demandé aux fournisseurs qui n'atteignent pas le score EcoVadis minimum fixé par le groupe, dans une démarche d'amélioration continue.

Recherche d'opportunités nouvelles

L'engagement des fournisseurs en faveur du développement durable permet d'identifier de nouvelles opportunités. Ainsi, des critères environnementaux, sociaux et éthiques sont intégrés aux appels d'offre et aux contrats dès que cela est pertinent. Air France-KLM collabore avec ses fournisseurs pour développer des solutions innovantes et responsables. Air France travaille avec des entreprises du secteur adapté dans de multiples projets qui représentent 18 millions d'euros d'achats en 2014. La compagnie aide également le développement de PME et start-up innovantes au travers des guichets de l'innovation, une collaboration avec des incubateurs sur des thèmes particuliers comme Lab'line for the future (voir p.49). En 2014, Air France a reçu le « label PME », récompensant ses actions dans le cadre de la Charte des PME innovantes.

RESTAURATION RESPONSABLE



Dans le secteur aérien, KLM est en pointe pour la restauration responsable et souhaite maintenir cette position : la compagnie a pour objectif de proposer une restauration 100% responsable sur les vols au départ d'Amsterdam d'ici 2020. Elle accorde une attention particulière à la biodiversité, notamment à la provenance du poisson et à la production d'huile de palme et de soja. Des solutions plus responsables sont recherchées, en collaboration avec les fournisseurs. Par exemple, en 2014, un fournisseur a choisi l'huile de palme responsable pour toute sa gamme de biscuits, tandis qu'un autre a obtenu une certification GlobalGAP pour ses jus de pomme et d'orange. Ce label destiné aux fruits et légumes repose sur des standards stricts pour les méthodes de production, le respect de la santé et la sécurité des salariés, un usage responsable des ressources et le respect du bien-être animal.

ÉCONOMISER DU CARBURANT ET DE L'ÉNERGIE AVEC LES UNITÉS MOBILES D'AIR CONDITIONNÉ

Dans le cadre de son plan carburant, Air France cherche à réduire la consommation d'énergie et les nuisances sonores liées à l'utilisation des Auxiliary Power Unit (APU). Les APU fournissent l'électricité et l'air conditionné aux avions lorsqu'ils sont au sol. Les pilotes, ingénieurs de maintenance et les équipes au sol travaillent ensemble au remplacement des APU par des unités mobiles d'air conditionné (ACU) lorsque cela est possible. En 2014, 3 nouvelles ACU ont été déployées à l'aéroport Paris-CDG. Chacune permet une économie d'énergie de 25% lors du stationnement de l'avion.



OPTIMISER LES IMPRESSIONS

Lancé en 2014, le projet Econoprint d'Air France a pour vocation de repenser l'utilisation de l'impression papier pour les postes de travail administratifs. Les principes sont simples :

- réduire le nombre d'imprimantes par poste de travail ;
- améliorer le suivi des imprimantes pour augmenter la qualité de service ;
- assurer à chacun un accès sécurisé aux imprimantes pour limiter le gâchis de papier ;
- choisir un papier plus léger (-37% en comparaison du papier précédent) provenant de forêts certifiées FSC et Ecolabel, attestant leur gestion durable. L'objectif de ce projet visait la réduction des impressions papier de 36%, un objectif atteint quelques mois après son lancement. 47,8 millions de feuilles de papier ont été économisées en 2014.



DES NACELLES ÉLÉVATRICES ÉLECTRIQUES POUR LA MAINTENANCE



En 2014, le fournisseur de KLM Riwal a lancé une innovation majeure en équipant ses nacelles élévatrices d'une alimentation électrique. Ce projet fait suite à une demande de KLM pour une station de travail de 26 mètres de hauteur destinée à ses hangars de maintenance d'avions et permettant d'éviter d'exposer les salariés à des émissions nocives ou à des nuisances sonores. Riwal a développé une solution innovante en remplaçant le moteur diesel et le réservoir de carburant par un moteur électrique et des batteries. 3 nacelles élévatrices électriques sont utilisées chez KLM. Ce partenariat avec le fournisseur a permis de mettre en oeuvre une solution responsable.

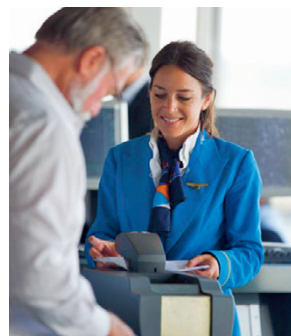
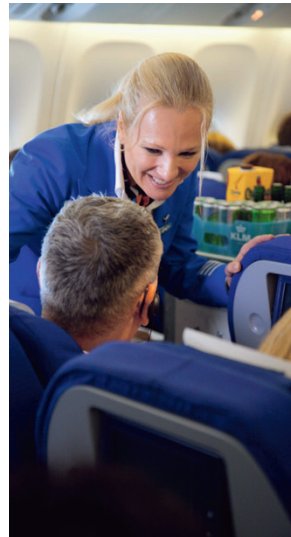
Bonnes pratiques

Towards a cleaner future together!



PROGRAMME KLM BIOFUEL

Depuis juin 2012, KLM propose aux clients grands comptes de devenir partenaires du programme BioFuel et de réaliser une partie de leurs voyages sur des vols alimentés au biocarburant. Les participants paient un supplément qui couvre la différence de prix à l'achat entre le biocarburant et le kérosène traditionnel. À travers ce partenariat, les membres du programme confirment leur engagement et contribuent au développement d'un marché du biocarburant durable pour l'aviation. En 2014, de nouveaux partenaires tels que la ville d'Amsterdam, Friesland Campina, Perfetti van Melle et Ricoh ont adhéré au programme.

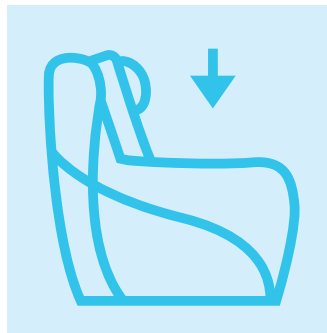


15

partenaires corporate

2

séries de 10 vols réguliers entre Amsterdam - Bonaire - Aruba



LA NOUVELLE CABINE NEW WORLD BUSINESS CLASS

En 2014, KLM a achevé l'installation de son offre World Business class sur l'ensemble de sa flotte Boeing 747-400 et a introduit le nouvel équipement de cabine sur sa flotte de Boeing 777. Outre ses nouveaux fauteuils-lits, la cabine a été revue dans le moindre détail : moquettes, panneaux décoratifs, rideaux, éclairage, couvertures, oreillers, garnitures... Les moquettes sont fabriquées à partir de matières recyclées de grande qualité dont des uniformes des équipages de KLM. La designer Hella Jongerius a également revisité l'intérieur la cabine économique. Le poids des sièges, qui passe de 17 kg à 11,6 kg, a été une des améliorations clés de cette nouvelle offre. La réduction de masse embarquée de 5,4 kg permet une diminution de la consommation de carburant et donc de la quantité de CO₂ émise.



LAB'LINE FOR THE FUTURE

Depuis septembre 2014 et pour plus d'un an, Air France a lancé sa vitrine de l'innovation au service du développement durable. Reflet de son engagement et vecteur d'innovation, elle présente aux passagers les défis et solutions pour un voyage plus durable.



14

partenaires

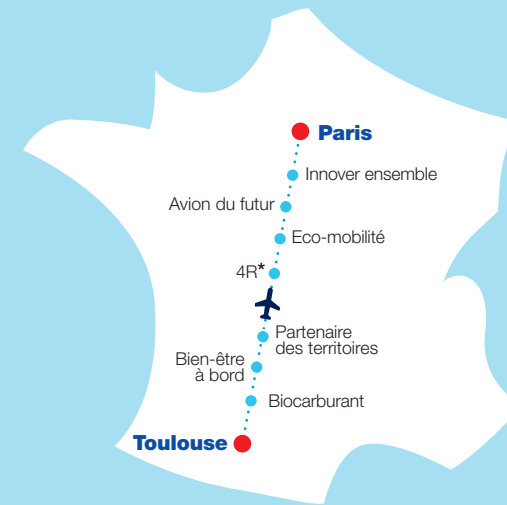


11

vols Toulouse-Paris-Orly en 2014

Imaginer le voyage de demain, plus responsable et plus durable

Air France donne rendez-vous à ses clients sur la ligne Toulouse - Paris-Orly, où une fois par semaine, un vol est alimenté à 10% en biocarburant et devient la vitrine du voyage responsable (voir p.30) : l'enjeu est de dessiner l'expérience client responsable de demain, marquée par une empreinte environnementale réduite et une valeur sociétale élargie.



Un an pour faire la différence

Pendant l'année, les différentes thématiques du voyage responsable sont abordées, allant du développement local à l'avion du futur. C'est l'occasion pour Air France et ses partenaires de présenter leurs bonnes pratiques et d'expérimenter leurs innovations pour un voyage plus durable.

* 4R : Repenser, Réduire, Réutiliser, Recycler



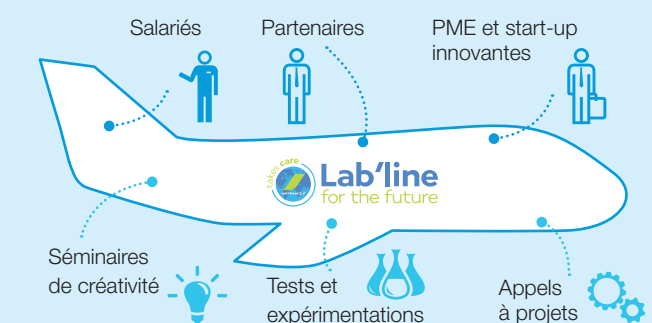
Sensibiliser au voyage responsable

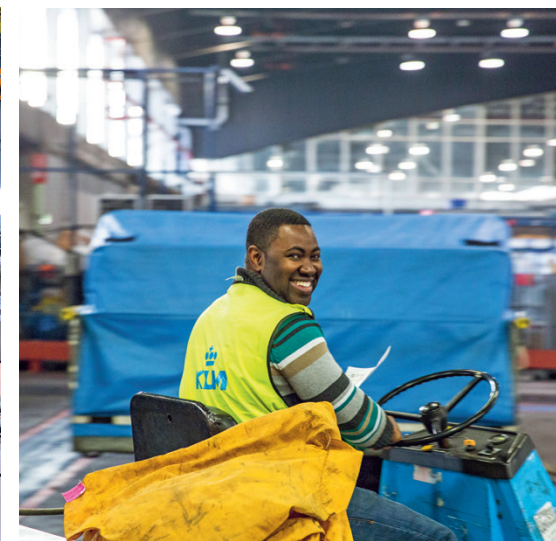
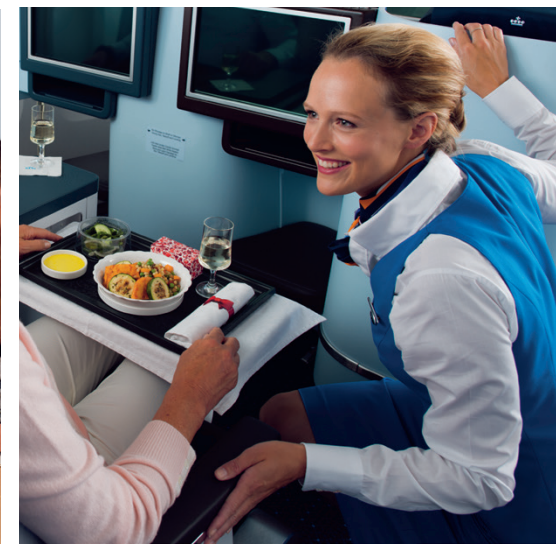
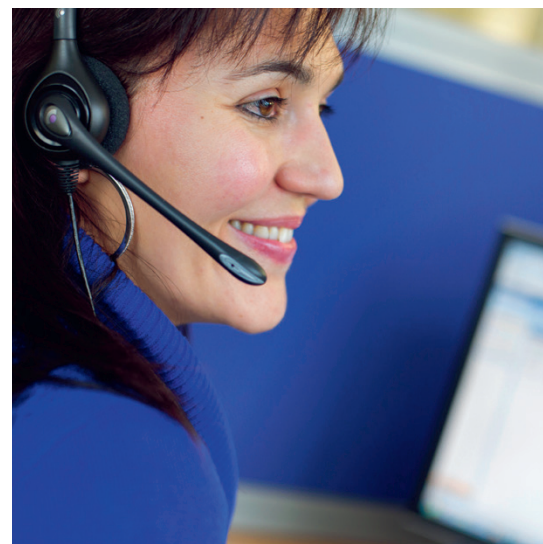
L'opération est accompagnée d'une campagne de sensibilisation. Ainsi, une websérie a été réalisée. Disponible sur le web et les réseaux sociaux, elle vise à introduire de façon pédagogique les enjeux d'Air France en matière de développement durable et les solutions pour le voyage responsable de demain.



Co-innover pour un futur plus désirable

Pour stimuler l'innovation, Air France a associé de multiples acteurs partageant les mêmes valeurs que les siennes :
→ 14 partenaires qui exposent également leurs projets et innovations sur la Lab'line ;
→ employés, clients, partenaires et start-up.





OBJECTIFS ET RÉALISATIONS 2014

CHIFFRES CLÉS

UNE POLITIQUE RESPONSABLE

SANTÉ ET SÉCURITÉ AU TRAVAIL

ÉGALITÉ DES CHANCES

UN GROUPE INTERNATIONAL

AMBITION

Nous voulons créer un environnement de travail motivant pour nos salariés et assurer leur sécurité. Nous poursuivons le développement des compétences pour garantir le professionnalisme et l'employabilité des personnels, et pour atteindre les objectifs économiques du groupe.

Politique sociale

Air France

OBJECTIFS RÉALISATIONS 2014

POLITIQUE SOCIALE

- | | |
|--|--|
| Mener un dialogue social de qualité avec les salariés et leurs représentants | <ul style="list-style-type: none"> → 5 réunions du Comité de Groupe Européen → 14 sessions du Comité Central d'Entreprise d'Air France → 3 réunions du Comité de Groupe Français, regroupant les représentants des salariés issus des différentes filiales du groupe Air France → 88 accords collectifs signés dans le groupe Air France |
| Favoriser la mobilité | <ul style="list-style-type: none"> → Kiosques Mobilité à Paris-CDG, Paris-Orly et en région → 900 offres d'emploi publiées dans la bourse interne de l'emploi → 1400 salariés accompagnés individuellement pour un projet de mobilité → 1600 salariés ont participé à des conférences thématiques et des rencontres job-dating |
| Développer l'accueil d'alternants | <ul style="list-style-type: none"> → 1550 alternants (710 ETP soit 2% de l'effectif total) représentant une augmentation de 7% (en ETP) par rapport à 2013 |

FORMATION

- | | |
|--|---|
| Former les salariés pour développer leur employabilité | <ul style="list-style-type: none"> → 90% de personnel au sol et 100% des personnels navigants ont validé des formations → 28 heures de formation par salarié en moyenne → 186 millions d'euros consacrés à la formation → Droit individuel à la formation (DIF) : 12% du total des formations |
|--|---|

SANTÉ ET SÉCURITÉ

- | | |
|--|---|
| Réduire le nombre d'accidents au travail | <ul style="list-style-type: none"> → Nombre d'accidents au travail : +2%. Objectif annuel 2015 : -5%. Taux de fréquence : +5%. Taux de gravité : -1% → Obtention de la certification OHSAS 18001 → Signature de l'accord Personnel Sol d'amélioration des organisations, des conditions de travail, de la qualité de vie au travail au quotidien et de la prévention des risques et de la pénibilité |
|--|---|

ÉGALITÉ DES CHANCES

- | | |
|--------------------------------|---|
| Agir en faveur de la diversité | <ul style="list-style-type: none"> → Rubrique Diversité sur le nouveau site d'offres d'emploi Air France → Signature des Contrats de Génération 2013-2015 → Pourcentage de femmes parmi les cadres supérieurs et les dirigeants : 26,3% → Taux d'emploi de salariés handicapés : 5,22 % (4,95 % en 2013). 23 salariés embauchés |
|--------------------------------|---|

KLM

OBJECTIFS RÉALISATIONS 2014

POLITIQUE SOCIALE

- | | |
|--|--|
| Favoriser l'employabilité par la mobilité | <ul style="list-style-type: none"> → 195 salariés ont participé à un programme d'évolution professionnelle → Ouverture de centres de mobilité décentralisés → 9 jeunes professionnels recrutés dans le cadre du programme Management Trainee et 4 dans le programme IT Management |
| Favoriser et s'inspirer du dialogue entre managers et salariés | <ul style="list-style-type: none"> → Enquête sur l'engagement des salariés : taux de réponse 49% → Environ 1 100 salariés ont participé aux sessions interactives de présentation du plan Perform 2020 |
| Mise en œuvre d'un portail RH intranet | <ul style="list-style-type: none"> → Lancement de MyHR pour les salariés KLM |

FORMATION

- | | |
|--|--|
| Favoriser l'employabilité par la formation et le développement personnel | <ul style="list-style-type: none"> → Dépenses totales de formation par ETP : 3 229 euros (+22,4% par rapport à 2013) → Validation des acquis de l'expérience : 112 salariés diplômés et 91 salariés ont commencé une nouvelle formation professionnelle → Poursuite du partenariat avec Schiphol Aviation College → Lancement de la plateforme « Develop Yourself Tool » |
|--|--|

SANTÉ ET SÉCURITÉ

- | | |
|--|--|
| Devenir un leader en matière de sécurité des vols avec un objectif « Zéro accident » | <ul style="list-style-type: none"> → Mise en œuvre d'une approche intégrée de la santé et plan d'action triennal → Ratio de 3 accidents graves nécessitant une hospitalisation → Mise en œuvre d'un programme visant l'intégration de la sécurité au travail (SGSI) |
|--|--|

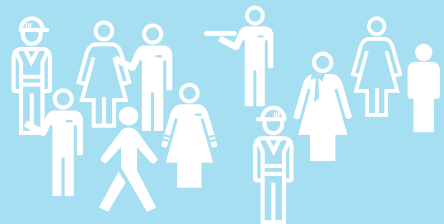
- | | |
|-------------------------------|---|
| Réduire le taux d'absentéisme | <ul style="list-style-type: none"> → Taux d'absentéisme : 5,77% (5,3% in 2013) → Programme de santé et bien-être : <ul style="list-style-type: none"> - FeelFit à la direction Services au sol - Hello Fysio pour les personnels navigants - 2 événements thématiques organisés |
|-------------------------------|---|

ÉGALITÉ DES CHANCES

- | | |
|-------------------------|--|
| Encourager la diversité | <ul style="list-style-type: none"> → Nomination d'un responsable de la Diversité → Lancement d'une enquête interne sur la perception de la diversité → 5 réunions du Comité Diversité portant sur la promotion de la diversité dans l'entreprise et sur la sensibilisation des salariés |
|-------------------------|--|

Chiffres clés

EFFECTIF TOTAL 2014 (NOMBRE DE PERSONNES)



99 277
94 666 ETP

FEMMES



43,2%

HOMMES



56,8%

EFFECTIF PAR CATÉGORIE DE PERSONNEL

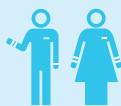
Personnel au sol

65 545
66%



Personnel navigant technique

8 450
8,5%



Personnel navigant commercial

25 282
25,5%

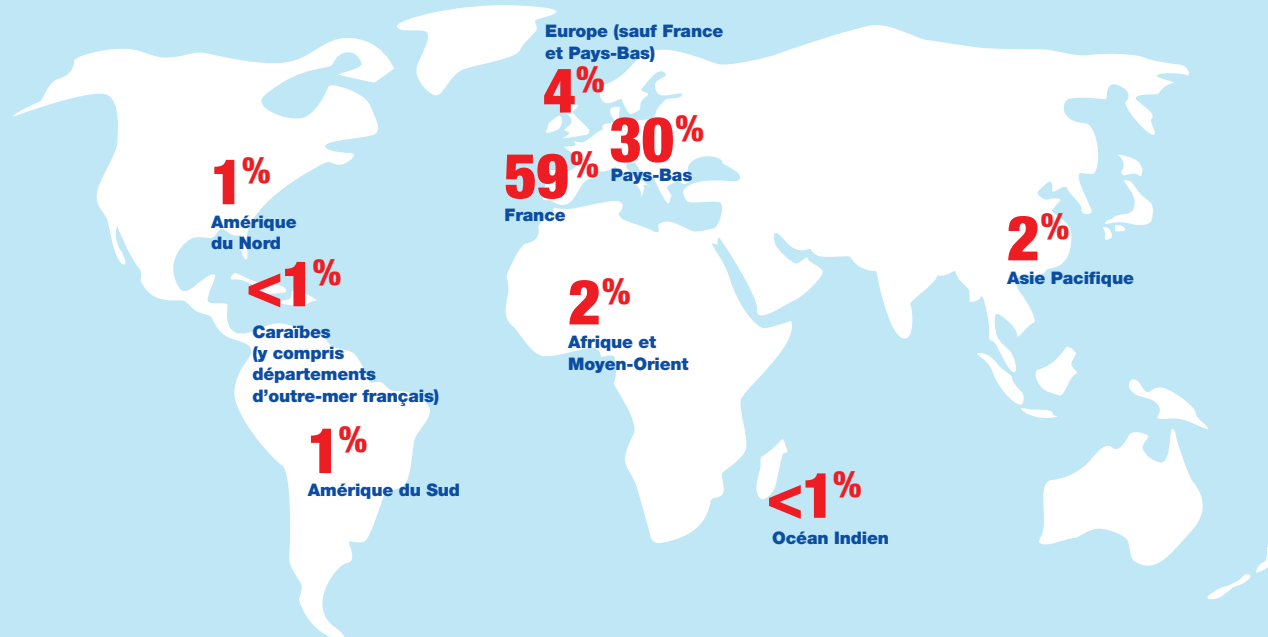


SALARIÉS À TEMPS PARTIEL



27,7%

LES SALARIÉS DU GROUPE DANS LE MONDE



Une politique responsable

RÉPONDRE AUX ENJEUX ÉCONOMIQUES

La Déclaration de responsabilité sociale et la Charte sociale et éthique d'Air France-KLM forment le socle des engagements du groupe en réaffirmant les valeurs et les droits fondamentaux qui orientent sa politique sociale et éthique.

Dans un contexte de poursuite du redressement – bilan du plan Transform 2015 et lancement du plan Perform 2020 – et de retour à la rentabilité, Air France et KLM sont attachées au maintien d'un dialogue social de qualité. Ce dialogue a conduit à la définition de plans d'action stratégiques à horizon 2020, déclinés dans toutes les directions selon une méthodologie « bottom-up » et éclairés par les enjeux économiques du marché.

FORMATION ET MOBILITÉ

En 2014, Air France-KLM a maintenu un taux d'accès important à la formation. La mobilité professionnelle permet aux salariés de progresser professionnellement. Elle est axée autour de 5 priorités :

- accompagner les projets de transformation du groupe ;
- répondre aux exigences réglementaires, particulièrement en matière de sécurité ;
- accompagner les mobilités et les reconversions professionnelles ;
- développer la qualification des salariés pour améliorer leur employabilité ;
- accompagner la progression de carrière des salariés.

Quelques exemples à Air France en 2014 :

- « kiosques mobilité » où les salariés peuvent rencontrer des conseillers spécialisés ;
- 900 offres publiées dans la bourse de l'emploi interne, auxquelles 7 000 candidats ont répondu ;
- 1 400 salariés accompagnés individuellement dans un projet de mobilité interne ;
- 1 600 participants aux conférences thématiques présentant les métiers de la compagnie.

KLM a poursuivi ses actions en faveur de la formation et du développement professionnel, tout en limitant les coûts. En 2014, plusieurs programmes de formation ont été proposés :

28 heures
de formation en moyenne par salarié chez Air France

3 229 €
Montant moyen consacré à la formation par salarié chez KLM

- l'Académie KLM a lancé « Develop Yourself Tool », une plateforme en ligne qui permet aux salariés de se former quel que soit l'endroit où ils se trouvent ;
- le KLM Business Campus et la direction des Services au Sol ont relancé une formation concernant le service aux passagers ;
- 195 employés volontaires ont été accompagnés dans un programme de gestion de carrière.

ACCUEIL DES JEUNES PROFESSIONNELS

Dans le cadre de la sixième charte de l'alternance, Air France continue à assumer ses responsabilités à l'égard des jeunes qui arrivent sur le marché du travail :

- 1 550 alternants accueillis en 2014, issus aussi bien de filières professionnelles que de l'enseignement supérieur ;
- actions d'aide à l'insertion pour les alternants, menées au niveau local : ateliers recherche d'emploi, forums emploi, mise en relation avec des entreprises du bassin d'emploi de Paris-CDG.

En 2014, Servair a démontré son engagement pour l'intégration des jeunes sur le marché du travail. Ainsi, près de 140 jeunes ont été embauchés dans le cadre du dispositif Emplois d'avenir.

HR Connect & MyHR

La stratégie HR Connect de KLM, définie en 2012, décline aux ressources humaines le plan Transform 2015. Dans ce cadre, des centres de mobilité décentralisés ont été créés et le principe de leadership a été promu et développé. La principale action menée en 2014 a été le lancement de MyHR. Cette interface en ligne permet aux salariés de KLM de gérer directement leurs démarches administratives RH. Plus flexible et plus rapide, MyHR a permis des réductions importantes de coûts et de réduire de presque 3500 kg la quantité de papier utilisée.

Malgré sa politique d'embauches limitées en place depuis 2008, KLM a accueilli quelques jeunes professionnels via ses programmes «KLM Management Trainee» et «IT Management». Par ailleurs, le nombre important de candidatures pour ces programmes et les demandes de stages illustrent l'attractivité de KLM en tant qu'employeur.

- plus de 800 stagiaires ont rejoint KLM en 2014 ;
- KLM se classe parmi les dix employeurs néerlandais préférés dans l'enquête « Effectory of Best Employer ». ●

Santé et sécurité au travail

Air France-KLM, conscient de ses responsabilités en matière de santé et de sécurité au travail, œuvre au maintien d'une qualité de vie professionnelle pour l'ensemble de ses salariés.

UN ENJEU MAJEUR

La préservation de la santé et de la sécurité au travail est un enjeu humain et économique, étroitement lié à la performance des opérations. Réduire les risques, les maladies professionnelles, les accidents graves et les accidents les plus fréquents constitue ainsi une priorité absolue. Chez Air France, dans le cadre du Système de Management Intégré, des contrats d'objectifs annuels sont signés par les directeurs généraux de chaque entité. Ces contrats formalisent l'engagement chiffré de réduction des accidents du travail au travers de plans d'action.

En 2014, Air France a obtenu la certification OHSAS 18001 pour son système de management de la santé et de la sécurité, qui est décliné à tous les niveaux de l'entreprise.

KLM a l'ambition d'être une compagnie leader en matière de sécurité aérienne. L'objectif « Zéro accident » vise à réduire le nombre d'accidents au travail. Il est mis en œuvre au travers du Système de Gestion de la Sécurité Intégré (voir p. 18).

RESTER VIGILANT

La vigilance et la mobilisation sont plus que jamais des priorités. Pour renforcer la prévention des accidents et la culture de la prévention des risques, le groupe a mis en place des plans d'action suivant plusieurs axes :

→ intégrer la dimension sécurité au travail dans la conduite de projets et développer les approches ergonomiques ;

→ impliquer le management opérationnel et les collaborateurs pour détecter les situations à risque et encourager le traitement préventif ;

→ mettre en œuvre des dispositifs de retour d'expérience pour partager les enseignements tirés des incidents ainsi que les bonnes pratiques ;

→ sensibiliser et informer sur les risques professionnels et leur prévention, notamment au moyen de conventions et de forums ;

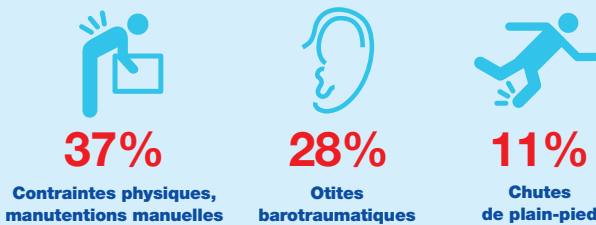
→ assurer le maintien de compétences en proposant des formations à la prévention des risques, régulièrement adaptées à l'évolution de la réglementation et des outils, et prenant en compte les changements et l'émergence de nouveaux risques.

RÉSULTATS ET OBJECTIFS

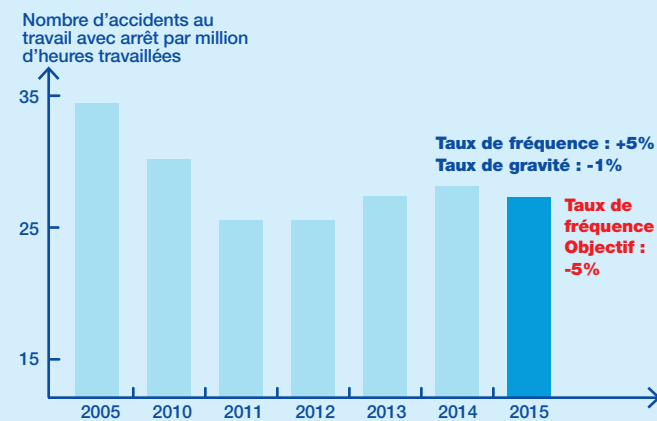
Après plusieurs années de progrès, Air France a connu en 2013 et 2014 une dégradation de ses résultats avec une augmentation du nombre d'accidents dans certaines activités. Le taux de gravité, en revanche, a baissé. Avec un ratio de moins de 4 accidents graves, KLM a atteint son objectif. Cependant, le nombre d'accidents au travail avec arrêt a légèrement

augmenté et est passé au-dessus de l'objectif. Suite à l'évocation par des médias de risques possibles pour la santé des passagers et de l'équipage liés à des fuites de substances chimiques des moteurs des avions via le système d'air conditionné, les experts des services de santé de KLM ont organisé plusieurs réunions du groupe de travail « Huiles et émanations dangereuses provenant des avions ». Les fabricants ont démontré que dans des conditions de fonctionnement normal, il n'y a aucun risque pour la santé des passagers et de l'équipage. Cette conclusion a été confirmée par des mesures faites à bord d'un Boeing 737 de KLM et par une évaluation spécifique de ces risques.

PART DES PRINCIPAUX TYPES D'ACCIDENTS AU TRAVAIL À AIR FRANCE EN 2014



TAUX DE FRÉQUENCE GLOBAL À AIR FRANCE



LA QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL

Le groupe porte une attention particulière à la qualité de la vie au travail. Il développe aussi des initiatives pour permettre aux salariés de concilier vie professionnelle et vie personnelle, tout en contribuant à gagner en performance.

En 2014, à Air France, l'accord Personnel Sol d'amélioration des organisations, des conditions de travail, de la qualité de vie au travail au quotidien et de la prévention des risques et de la pénibilité a été signé. Il s'inscrit dans la continuité des initiatives déjà en place et les enrichit avec de nouvelles mesures. Elles incluent : le soutien aux personnels confrontés à des difficultés personnelles, le déploiement d'actions managériales en faveur de la qualité des relations de travail, le développement d'approches ergonomiques pour la conduite de projet, et la poursuite de nouvelles méthodes de travail comme le télétravail.

À ce jour, plus de 18 000 salariés ont répondu à un questionnaire d'évaluation du stress professionnel. Ce document est devenu un outil majeur de gestion et de prévention des risques psychosociaux dans l'entreprise.

Pour mener une politique plus concrète et efficace, KLM a lancé en 2013 une approche intégrée pour toutes les questions liées à la santé. Un plan triennal et un plan d'action détaillé pour 2014, définissent un cadre commun à toutes les entités opérationnelles pour la déclinaison des objectifs corporate de santé et sécurité. La mise en œuvre de cette politique est examinée chaque année et, si nécessaire, le plan à long terme est actualisé. Tout en poursuivant les initiatives déjà lancées, KLM fait évoluer ses pratiques pour favoriser la prévention, améliorer les conditions de travail et promouvoir des modes de vie plus sains auprès de ses salariés.

« Nos collègues savent qu'ils peuvent faire appel à nous. C'est de mieux en mieux accepté, nous dialoguons sur des situations de travail risquées ou mauvaises pour la santé. Nous traitons des problèmes d'ergonomie et de sécurité. Le management nous soutient dans cette démarche et nous avons le temps nécessaire pour vraiment jouer notre rôle. »

Ergo coach à la direction de la maintenance chez KLM

« Les vidéos Safetyf@ct donnent des informations pratiques sur la sécurité. J'y ai accès de n'importe où et quand je veux. Même si elles ne durent que cinq minutes, ces vidéos me permettent de mieux appréhender la question de la sécurité dans le cadre de mon travail. »

Agent de dégivrage chez KLM

« Nos « Pilot-Pads » comportent une nouvelle section dédiée à la santé et sécurité au travail. Elle donne un accès rapide à des informations pratiques et concrètes sur des sujets de santé comme le paludisme ou les otites barotraumatiques. »

Coordinateur Sécurité au travail à Air France

« Je travaille au cargo. Depuis cette année, nous utilisons des préhenseurs à ventouse pour nos opérations de palettisation. Ils permettent de réduire les charges que nous avons à déplacer et donc le risque de troubles musculo-traumatiques. »

Opérateur Cargo à Air France

Par exemple, le programme « Fit on the Ramp » sur la qualité des modes de vie a été remplacé par « FeelFit » en 2014. Il propose une large palette d'activités, telles que des contrôles de santé, des formations santé individuelles ou en groupe, par exemple pour arrêter de fumer. Par ailleurs, une opération pilote « HelloFysio » a été lancée auprès des personnels

navigants qui peuvent consulter en ligne des traitements physiothérapeutiques dispensés par des professionnels.

KLM a aussi commencé à organiser des événements sur le thème de la santé. En 2014, deux conférences ont abordé l'auto-management et la promotion de modes de vie sains. Ouvertes aux professionnels externes à la compagnie, elles ont permis un échange de connaissances et de bonnes pratiques. ●

Change the way we work

Dans le cadre de son projet

« Change the way we work »,

Air France vise à moderniser

ses modes de travail et a ouvert

la possibilité de télétravailler à plus

de salariés. Un jour par semaine, ils

peuvent ainsi travailler depuis leur

domicile. Cela permet d'améliorer

leurs conditions de travail, en

réduisant le stress lié au transport,

en leur offrant un meilleur équilibre

de leur vie professionnelle

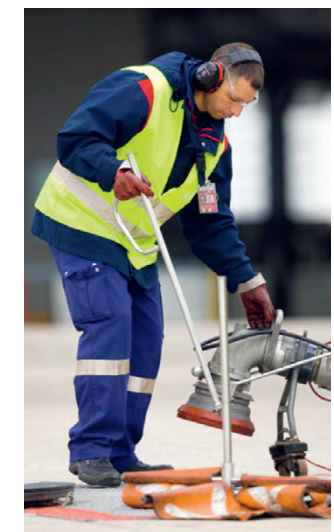
et personnelle, ainsi que plus

d'autonomie dans la gestion de

leurs tâches. Plus de 600 employés

volontaires participent déjà

à ce projet.



Égalité des chances

DIVERSITÉ

En conformité avec la Charte sociale et éthique, Air France-KLM applique une politique sociale fondée sur l'intégration par l'emploi, le respect de l'égalité des chances, la lutte contre les discriminations et la promotion de la diversité.

À Air France, les processus de recrutement et de sélection internes sont encadrés par un code de déontologie. Des supports d'information sont proposés aux managers, et plus largement à tous les salariés, tel le module en ligne intitulé « Diversité et prévention des discriminations ».

Air France est signataire de plusieurs chartes nationales comme la Charte de la diversité et la Charte de la parentalité. En septembre 2013, la compagnie a signé le Contrat de génération 2013-2015, dispositif national d'aide à l'emploi pour l'insertion durable des jeunes, l'emploi des seniors et la transmission des savoirs et des compétences.

Le Comité Diversité créé par KLM en 2014 propose et examine les moyens pour promouvoir la diversité dans la compagnie et y sensibiliser les salariés. La diversité est ainsi devenue l'une des thématiques intégrées dans les plans d'action visant le développement du management. De plus, un responsable de la Diversité a été nommé en février 2015.

En collaboration avec l'université Leyde, KLM a également réalisé une enquête auprès des salariés pour mieux comprendre leur perception de la diversité au travail.

HANDICAP

Air France-KLM est engagé dans une démarche volontaire d'insertion professionnelle des personnes handicapées. En 2014, Air France a renouvelé l'accord d'entreprise triennal, qui met en œuvre sa politique et veille au respect des objectifs. Ainsi, en 2014 :

- le pourcentage de salariés en situation de handicap a continué à augmenter pour atteindre 5,22% contre 4,95% en 2013 ;
- 23 nouveaux collaborateurs en situation de handicap ont été recrutés au sein d'Air France en 2014 (16 en 2013) ;
- des initiatives de soutien et d'adaptation de poste ont permis le maintien dans l'emploi de salariés handicapés ;
- la compagnie a eu recours plus largement aux entreprises et établissements du secteur protégé et adapté, et effectué près de 18 millions d'euros d'achats auprès de ce secteur.

KLM s'est engagée à poursuivre l'insertion des personnes handicapées et à optimiser leur contribution. Conformément aux directives gouvernementales, les médecins du travail évaluent la contribution que l'employé est en mesure d'apporter. En coopération avec des spécialistes, le temps de travail, les tâches et le poste de travail sont adaptés pour optimiser le potentiel du salarié handicapé.



Chez KLM, le pourcentage de femmes a atteint 42,6% en 2014, contre 42,3% en 2013. Une hausse également enregistrée chez les cadres supérieurs et les dirigeants, parmi lesquels le pourcentage de femmes est passé de 19,8% en 2013 à 20,5% en 2014.

KLM s'engage à respecter les orientations sexuelles et à éviter toute discrimination. Le réseau social LGBT « Over the rainbow », qui regroupe des salariés homosexuels, bisexuels et transsexuels, s'assure qu'ils sont traités de façon équitable quelle que soit leur orientation sexuelle. Le réseau compte plus de 350 membres. Lors du « Coming out Day » en octobre 2014, un déjeuner a été consacré aux thèmes de l'égalité hommes-femmes et de la diversité. ●

KLM soutient les salariés lors de leur retour dans l'entreprise en leur proposant un poste adapté ou, si nécessaire, les accompagne vers un autre poste. Ils ne sont donc pas contraints de rechercher un nouvel emploi. En 2014, KLM employait 750 salariés en situation de handicap.

ÉGALITÉ FEMMES-HOMMES

L'égalité professionnelle entre hommes et femmes reste un enjeu majeur et un axe de progrès dans la gestion des ressources humaines. Air France s'est engagée à réduire les éventuels écarts salariaux. Le pourcentage de femmes parmi les cadres supérieurs et les dirigeants s'élève à 26,3%.

Air France a signé, avec le ministère français des Droits des femmes, la convention pour l'égalité professionnelle femmes-hommes, qui précise certains objectifs tels que l'équilibre entre vie professionnelle et personnelle, l'augmentation du nombre de femmes dans les comités directeurs ou le soutien aux actions en faveur de l'égalité professionnelle engagées par les PME sous-traitantes et fournisseurs.

Un groupe international

MENER UNE POLITIQUE SOCIALE INTERNATIONALE

10% des salariés d'Air France-KLM (soit 9 956 personnes) sont basés dans les délégations et escales internationales. Guidé par sa Charte sociale et éthique, le groupe applique les conventions collectives locales, élaborées selon la réglementation locale avec les syndicats et les structures concernées. Ainsi, compte tenu de ces différences de contexte, les accords et les standards de travail peuvent varier d'un pays à l'autre. En 2014, dans le cadre du dialogue social continu, la satisfaction et les attentes des salariés d'Air France-KLM dans le monde entier ont été mesurées par l'enquête Reflect. Elle a permis de collecter leurs opinions sur de nombreux sujets, comme leur place au sein de l'entreprise, leur expérience au travail, leurs opportunités de développement personnel, la communication et le management, ainsi que sur la reconnaissance de leur travail, et leurs impressions générales notamment sur les enjeux de développement durable.

Le taux de participation a été de 62%. 87,4% des répondants ont considéré que le groupe s'engage en faveur du développement durable. En 2015, ces résultats seront analysés plus en détail et permettront de mettre en œuvre des plans d'action en concertation avec les salariés. L'année 2014 a été marquée par le lancement d'un e-learning sur la prévention des pratiques de corruption. Ce sujet est un élément central de la politique éthique du groupe (p.20). Une attention particulière a été portée aux établissements internationaux. Ainsi, une part plus importante du personnel, parmi laquelle le management intermédiaire, a été invitée à participer à la formation.

SE CONCENTRER SUR LA QUALITÉ DE SERVICE

Pour Air France et KLM, le service est l'un des éléments essentiels de différenciation et de fidélisation. Pour offrir aux clients une qualité de service tout au long de leur voyage, de l'enregistrement à la récupération des bagages, toute la chaîne de service est mobilisée dans toutes les escales du groupe.

Des formations ont été mises en œuvre pour impulser une véritable culture du client auprès des personnels à travers le monde. Le projet Signatures de service a été déployé dans plus de 100 escales. En 2014, il a été développé à Tokyo, Bangkok, Hong Kong, Abidjan et Montréal, en s'adaptant aux spécificités culturelles de chaque pays. À Bangkok, par exemple, les clients sont systématiquement accueillis avec la célèbre salutation thaïlandaise Wai.

DÉVELOPPER LES TALENTS LOCAUX

Plusieurs initiatives de management local et de développement des talents ont été lancées. Le « Spice Trail » est un programme d'un an développé par Air France-KLM en Asie, Pacifique, Inde et Moyen-Orient. Chaque année, douze candidats sont sélectionnés au sein des équipes de management local pour suivre un programme qui comprend une évaluation des compétences « 360 degrés », des modules sur la conduite du changement, la gestion de projet, la communication et l'inter-culturalité. Le programme propose également des visites de sites, des rencontres avec d'autres salariés et un échange de bonnes pratiques.

Entre octobre 2014 et mai 2015, la première édition du programme « Africa's got talent » réunit douze salariés sélectionnés pour leurs compétences

dans six escales africaines. Pendant huit mois, ils suivront quatre sessions de formation touchant notamment les activités et l'organisation du groupe, les compétences managériales et le développement personnel. L'enjeu est d'identifier et de développer les talents locaux dans une perspective de mobilité et de formation des managers de demain. Le programme se place également dans une perspective plus large de développement de la motivation et de la gestion des compétences du personnel. ●



Destination	Flight	Check-in	Embark
15:00 GENEVE HEATHROW	AF 526	CO 6051	Zone
15:00 ROME-FIUMICINO	AF 1870		Area
15:25 VENISE	AF 2342		TERMINE
15:25 AMSTERDAM	AZ 323	LX 4611	TERMINE
15:25 ABERDEEN	AF 1926	AF 9836	EMBARQU
15:25 NEWCASTLE	AF 2040	AZ 7331	A L'HEU
15:30 CASABLANCA	AF 5558	KL 2016	A L'HE
15:35 MADRID	AF 5853	AZ 3602	A L'HE
15:35 DUSSELDORF	AF 1896	AZ 3584	A L'HE
15:40 BARCELONE	AF 1800	KL 2114	A L'HE
15:40 ZURICH	AF 2206	UX 3438	A L'HE
15:40 BIRMINGHAM	AF 1948	DL 8412	A L'HE
15:40 NICE	AF 5106	AM 8948	A L'HE
15:40 VERONE	AF 5136	NI 9636	A L'HE
15:40 CONAKRY	AF 7706	JJ 8552	A L'HE
15:40 DUBAÏ	AF 5382	KL 2182	A L'HE



OBJECTIFS ET RÉALISATIONS 2014

IMPACT ÉCONOMIQUE

DÉVELOPPEMENT LOCAL AUTOUR DE NOS BASES PRINCIPALES

DÉVELOPPEMENT LOCAL À DESTINATION

PARTENARIATS SOLIDAIRES

AMBITION

Relier les hommes entre eux, c'est permettre le développement des territoires où nous opérons, autour de nos bases et dans les pays que nous desservons. En travaillant localement avec des partenaires, nous créons de nouvelles opportunités économiques et nous soutenons des projets en faveur des jeunes générations et populations locales.

Développement local

DÉVELOPPEMENT LOCAL AUTOUR DE NOS BASES PRINCIPALES

Contribuer au développement économique

- **Participation à l'attractivité régionale :**
 - Air France et KLM : 356 000 emplois induits en France par l'activité d'Air France et 90 000 emplois induits aux Pays-Bas par le secteur du transport aérien
 - KLM, Schiphol et la ville d'Amsterdam : Coopération pérenne pour renforcer la compétitivité et le développement durable
 - KLM et Amsterdam Marketing : Partenariat pour le développement de la région d'Amsterdam
 - Air France et 6 grandes entreprises autour de Paris-CDG : Regroupement en association pour faciliter la mobilité des salariés et l'accès à l'emploi
- **Soutien aux PME et à l'innovation :**
 - KLM : Investissement dans 8 start-up par le biais du Mainport Innovation Fund
 - Air France : Coaching de 70 PME du Grand Roissy au travers du programme PLATO

Contribuer au développement des compétences et à la formation des jeunes et personnes vulnérables

- **Programmes éducatifs et de formation pour les jeunes :**
 - KLM : Extension du partenariat de formation professionnelle avec ROC et accueil de 182 stagiaires JINC
 - Air France : 13 000 scolaires informés sur les carrières dans l'aérien par Airemploi lors de forums d'orientation
- **Soutien aux jeunes décrocheurs scolaires et aux personnes éloignées du marché du travail :**
 - KLM : avec le Schiphol Aviation College, soutien apporté à 15 jeunes demandeurs d'emploi
 - Air France : 360 jeunes demandeurs d'emploi formés ou conseillés par JEREMY (dont 134 à Air France)
 - Air France : 18 millions d'euros d'achats auprès d'entreprises du secteur protégé

DÉVELOPPEMENT LOCAL À DESTINATION

Contribuer au développement économique

- **Création d'un impact positif sur les économies locales :**
 - Air France-KLM : Vaste réseau de 316 destinations dans 115 pays
 - Air France-KLM : Environ 2500 fournisseurs dans les pays desservis

Développer le tourisme responsable et l'entreprenariat

- **KLM : Soutien pendant 5 ans à la Chaire de Tourisme Durable de l'Université Wageningen et participation de 4 salariés au programme ShareBusiness**
- **Transavia : lancement du guide en ligne "Travel Solid'Air", répertoriant 200 initiatives écotouristiques**

PARTENARIATS SOLIDAIRES

Soutenir le développement social et environnemental

- **Financement de programmes de protection de l'environnement :**
 - KLM et WWF-Pays-Bas : soutien apporté à plusieurs projets de conservation de la nature pendant 7 ans
 - Air France : financement d'un projet de conservation de la forêt de Madagascar depuis 2008
- **Soutien des générations futures au travers de projets solidaires :**
 - Fondation Air France : 110 projets en faveur de l'enfance
 - KLM : Collaboration avec UNICEF Pays-Bas, pour l'application des Principes régissant les entreprises dans le domaine des droits de l'enfant
- **Implication des salariés et clients :**
 - KLM : Soutien de la fondation Wings of Support à 73 projets
 - Air France : un article mensuel dans Air France magazine consacré aux projets de sa Fondation et d'Acting for Life
 - Flying Blue : 112,7 millions de Miles offerts aux ONG partenaires par les membres de Flying Blue

Impact économique



Basées principalement à Paris et à Amsterdam, et desservant des destinations dans le monde entier, Air France et KLM contribuent au développement économique et social des territoires et des pays, de façon directe aussi bien qu'indirecte.

IMPULSER DES DYNAMIQUES LOCALES

Les hubs de Paris-CDG, Paris-Orly et Amsterdam Schiphol offrent un environnement économique très attractif. Avec 90% des effectifs du groupe localisés en France et aux Pays-Bas, Air France et KLM contribuent de façon significative à l'économie nationale. Air France est le premier employeur privé de la région Île-de-France, avec plus de 40 000 salariés, et les liaisons avec les régions françaises participent à l'attractivité régionale. La compagnie a affirmé son ancrage territorial en Île-de-France en investissant 45 millions d'euros pour la construction d'une unité dédiée aux aérostructures, implantée à Paris-CDG et opérationnelle en septembre 2015.

Avec 26 656 salariés (ETP), le groupe KLM est le troisième employeur du secteur privé aux Pays-Bas. L'aérien contribue à hauteur de 26 milliards d'euros au PIB néerlandais (incluant les effets induits).

S'IMPLIQUER DURABLEMENT DANS DES GRANDS PROJETS

Air France participe aux projets qui façonneront les territoires de ses implantations principales dans les vingt prochaines années, comme le Grand Roissy, le Nouveau Grand Paris, la Métropole du Grand Paris. KLM participe au SMASH, programme gouvernemental national destiné à optimiser l'aménagement du territoire et des infrastructures aux abords de Schiphol. Depuis 2011, le gouvernement néerlandais soutient un programme en faveur du transport aérien, secteur économique innovant et concurrentiel, respectueux de l'environnement, et réaffirme

l'importance de ce secteur et de l'aéroport de Schiphol pour l'économie nationale. Par ailleurs, le gouvernement a identifié neuf secteurs clés pour l'économie nationale et a réuni

entreprises, chercheurs et services de l'État pour améliorer la compétitivité internationale dans ces secteurs. Sur ce même axe, KLM collabore avec l'aéroport de Schiphol et la ville d'Amsterdam afin de consolider la compétitivité de la région, en travaillant sur des thématiques de développement durable comme l'économie circulaire. En 2014, 168 e-taxis Tesla ont été mis en circulation. Ils permettent d'améliorer la qualité de l'air et de sensibiliser aux transports électriques. La ville d'Amsterdam est également partenaire du programme KLM BioFuel.

AMÉLIORER L'ACCESSIBILITÉ DES AÉROPORTS

La question des transports terrestres intéresse particulièrement Air France-KLM car l'accessibilité des aéroports constitue un enjeu essentiel pour le développement de ses hubs.

Air France collabore avec d'autres grandes entreprises locales pour mutualiser les solutions de mobilité et soutenir la réalisation d'infrastructures permettant d'améliorer le réseau des transports public : à Paris-CDG, en septembre 2014, 7 grandes entreprises locales se sont regroupées au sein de l'association R'PRO MOBILITÉ, tandis qu'à Paris-Orly, Air France a signé un PDIE (Plan de Déplacement Inter-Entreprises) avec 5 autres entreprises (voir p.33).

KLM et Amsterdam Marketing

En 2014, KLM et l'organisme Amsterdam Marketing ont renouvelé leur partenariat après le succès de la précédente campagne, avec pour objectif d'améliorer la compétitivité d'Amsterdam et d'attirer plus de visiteurs internationaux. Associés à l'aéroport de Schiphol et NBTC Hollande, ils ont formé l'Alliance Hollande pour promouvoir la destination auprès des marchés émergents tels que la Russie, le Brésil et la Chine. La campagne «Hollande, The Original Cool» a été lancée aux États-Unis et a été récompensée.

356 000
emplois induits en France par l'activité d'Air France

AIR FRANCE
1^{er}
employeur privé d'Île-de-France = 40 000 salariés

GROUPE KLM
3^e
employeur privé des Pays-Bas = 26 656 salariés (ETP)

Développement local autour de nos bases principales

ENCOURAGER LES PME ET L'INNOVATION

Le groupe favorise l'innovation en soutenant des PME et des start-up. Air France a signé, fin 2012, la « Charte des entreprises à participations publiques en faveur des PME innovantes ». La compagnie s'est engagée dans un programme de coaching (PLATO) regroupant 70 PME du Grand Roissy et à travers la création de l'association des entreprises de la ville d'Orly. Air France est membre fondateur d'un incubateur de start-up, le Welcome City Lab, dont l'objectif est de stimuler l'innovation dans le tourisme.

KLM et ses partenaires, l'aéroport de Schiphol, la Rabobank et l'université de technologie de Delft, collaborent au sein du Mainport Innovation Fund. Ce fonds vise à accélérer l'innovation dans le transport aérien, en investissant dans des start-up qui contribuent à faire du transport aérien une activité sûre, efficace et responsable sur le plan environnemental. Il a déjà investi dans huit start-up innovantes.

PARTENAIRES D'INITIATIVES LOCALES STRUCTURANTES

Le groupe s'implique dans diverses démarches visant à renforcer l'attractivité économique, la notoriété et la compétitivité internationales de ses bases principales, tout en préservant l'environnement.

DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE ET TERRITORIAL

ASSOCIATION PAYS DE ROISSY-CDG

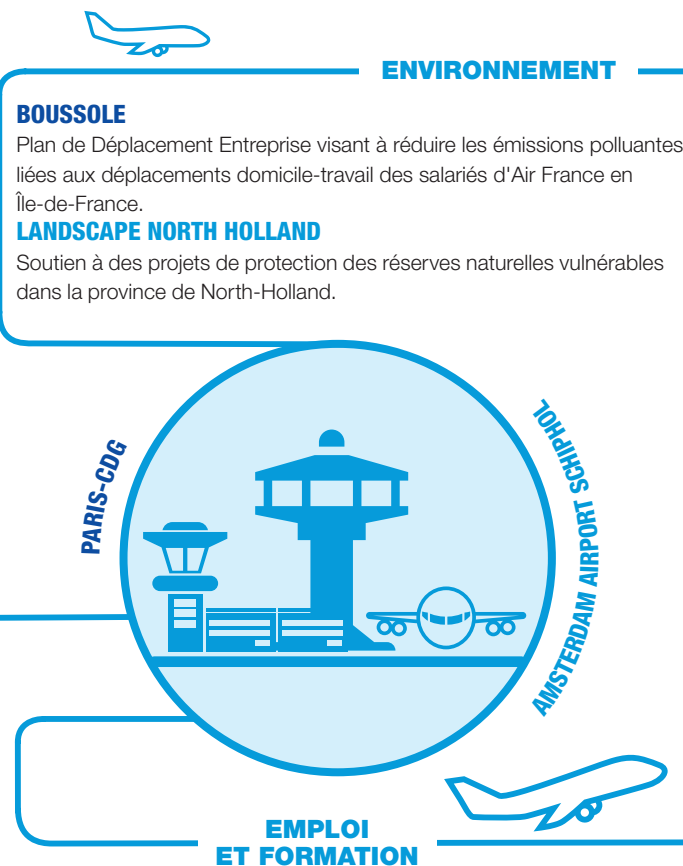
Promotion du développement socio-économique du territoire autour de Paris-CDG. Plus de 340 membres (élus, entreprises, organismes publics) impliqués sur la formation, l'habitat, le développement économique, les transports, la culture.

HUBSTART PARIS RÉGION ET AEROTROPOLIS

Promotion à l'international du territoire autour de l'aéroport pour faciliter l'installation d'entreprises sur le pôle de Paris-CDG.

PARTENARIAT AMSTERDAM/SCHIPHOL/KLM (ASK)

Pour améliorer la compétitivité internationale d'Amsterdam, promotion de la destination, des transports, de l'éducation et du développement durable.



BOUSSOLE

Plan de Déplacement Entreprise visant à réduire les émissions polluantes liées aux déplacements domicile-travail des salariés d'Air France en Île-de-France.

LANDSCAPE NORTH HOLLAND

Soutien à des projets de protection des réserves naturelles vulnérables dans la province de North-Holland.

KLM mène plusieurs programmes éducatifs pour attirer les talents de demain, par des partenariats avec ROC, le Schiphol Aviation College, JINC et le projet « ITC in the Clouds ».

→ **JINC** propose des mini-stages au sein de KLM pour des enfants de 8 à 16 ans.

→ **ICT in the Clouds**, à l'initiative de l'école Montessori d'Amsterdam, vise à développer les compétences informatiques des enfants.

AIR FRANCE est membre fondateur de 4 associations dispensant de l'information ou des formations sur les métiers de l'aérien : Airemploi, Jeremy, AFMAé et les Ingénieurs pour l'école.

→ **Airemploi** a informé 3000 jeunes sur les métiers de l'aérien et les formations lors de conférences.

→ **AFMAé** accueille 624 apprentis dans son centre de formation (dont 50% sont formés à Air France).

Faciliter la mobilité des demandeurs d'emploi et des étudiants boursiers

En 2014, la Direction régionale d'Air France à Toulouse a donné un coup de pouce aux demandeurs d'emploi en signant un accord avec Pôle Emploi Midi-Pyrénées.

Air France propose des tarifs négociés aux demandeurs d'emploi pour les aider dans leur mobilité liée à leur recherche de travail. Les associations étudiantes de Toulouse Business School ont rejoint le programme de fidélisation d'Air France-KLM, BlueBiz, offrant ainsi aux étudiants boursiers des billets d'avion acquis par Blue Credits.

FORMER LES JEUNES GÉNÉRATIONS

Afin de faciliter l'insertion professionnelle des jeunes et demandeurs d'emploi, Air France et KLM s'investissent dans des associations et programmes de formation. Par exemple, le groupe a conduit plusieurs initiatives en 2014 en leur faveur :

→ 62 salariés volontaires d'Air France accompagnent des jeunes issus de milieux défavorisés jusqu'à l'obtention de leur diplôme dans une école de commerce ou à l'université, à travers le partenariat conclu avec l'association « Passeport Avenir » ;

→ le stage OPEN de découverte de l'entreprise accueille des collégiens sélectionnés parmi 200 élèves de 10 établissements riverains ayant bénéficié d'une conférence sur les métiers de l'aérien ;

→ une dizaine de collaborateurs d'Air France, représentant les grands métiers de la compagnie, ont rencontré 500 collégiens de Seine-Saint-Denis, lors d'un forum d'orientation organisé par l'association

FACE 93 (Fondation Agir Contre l'Exclusion), dont Air France est partenaire ;

→ la Direction de la maintenance de KLM est partenaire de 5 établissements dispensant des formations professionnelles (Regional Community Colleges ou ROC). Pour anticiper les départs en retraite, KLM et ROC Flevoland collaborent pour former de jeunes talents ingénieurs. Les étudiants en génie électrique peuvent suivre un enseignement KLM en électronique aéronautique, avec des cours dispensés par des salariés de KLM, et ainsi adapter leur formation aux pratiques professionnelles. Les meilleurs étudiants sont accueillis en stage au sein de KLM durant leur 3^e et 4^e année.

AIDER À L'INSERTION PROFESSIONNELLE DES PUBLICS EN DIFFICULTÉ

Air France a signé la Convention « Entreprises et Quartiers », marquant sa volonté d'apporter une contribution concrète aux quartiers prioritaires de la politique de la ville. La compagnie soutient les écoles de la Deuxième Chance en différents points du territoire national.

Air France poursuit sa politique d'insertion des travailleurs handicapés en ayant recours aux entreprises du secteur protégé et adapté : en 2014, les achats d'Air France auprès du secteur protégé se sont élevés à 18 millions d'euros. Air France accroît chaque année ses partenariats avec ce secteur : ainsi pour la blanchisserie du linge de bord, la part traitée par le secteur protégé est passée de 15% en 2009 à 82% en 2014.

KLM a noué un partenariat avec le Schiphol Aviation College réunissant entreprises de l'aérien, organismes de formation professionnelle et autorités régionales dans le but de stimuler le marché de l'emploi dans la région de Schiphol. KLM et le Schiphol Aviation College se sont associés avec une agence néerlandaise pour l'emploi afin de proposer des missions de travail temporaire à des personnes éloignées de l'emploi. Les participants ont ainsi pu acquérir une formation et une expérience professionnelle. 15 jeunes demandeurs d'emploi ont également bénéficié d'un soutien du Schiphol Aviation College en 2014, pour les aider à s'insérer sur le marché du travail. ●

1,9 milliard d'euros

Achats Air France en France (hors carburant)

26 milliards d'euros

Contribution de l'aérien au PIB néerlandais (incluant les effets induits)



Développement local à destination

ACCOMPAGNER LE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE

Avec une forte présence en Afrique et en Asie, Air France-KLM contribue au développement économique et social des pays desservis. Le groupe propose de nombreux vols entre l'Europe et l'Afrique. La joint-venture entre KLM et Kenya Airways s'est renforcée en 2014 avec 4 nouvelles destinations et a doublé le nombre de ses liaisons hebdomadaires entre Amsterdam, Londres Heathrow, Paris-CDG et l'Afrique de l'Est. La contribution à l'économie des pays est également créée par l'approvisionnement local.

Le groupe participe aussi à la croissance de l'Amérique latine et des Caraïbes à travers son vaste réseau long-courrier de l'Europe vers ces destinations. Air France-KLM dessert 25 destinations sur la région et propose plus de 200 vols hebdomadaires depuis Paris-CDG et Amsterdam Schiphol. En 2014, un partenariat stratégique a été conclu avec la compagnie brésilienne GOL, améliorant ainsi la desserte de l'Amérique du Sud.

DÉVELOPPER LE TOURISME RESPONSABLE ET SOLIDAIRE

Au travers de partenariats pérennes avec un certain nombre d'ONG, dont Acting for Life et Gawad Kalinga, Air France-KLM soutient des initiatives de tourisme durable. Acting for Life fait la promotion du tourisme responsable, comme cercle vertueux qui minimise les impacts sociaux, économiques et environnementaux négatifs et génère de nombreux avantages économiques pour les populations locales. Par exemple, à Djibouti, l'ONG et l'Office National du Tourisme se sont associés pour construire des éco-bungalows et accueillir les voyageurs. Pendant cinq ans, KLM a soutenu la chaire de tourisme durable de l'Université de Wageningen. Leurs recherches ont porté sur le rôle du tourisme dans la conservation et le développement en Afrique de l'est et subsaharienne, et un projet de 2 millions d'euros a été soutenu sur cette thématique.

En 2014, Air France a réalisé une étude sur le tourisme durable pour évaluer la meilleure façon de soutenir ce type de tourisme. La demande croissante des passagers pour un voyage inspirant et expérientiel conduit le groupe à développer une offre plus personnalisée, en harmonie avec les cultures locales. En 2014, Transavia a lancé "Travel Solid'Air", un guide en ligne répertoriant près de 200 initiatives écotouristiques situées dans ou à proximité des villes desservies par la compagnie, en Europe et autour du bassin méditerranéen. Après leur voyage, les clients ont la possibilité de recommander de nouvelles initiatives dans la communauté en ligne.



Gawad Kalinga & Air France-KLM, un partenariat durable

Air France-KLM soutient Gawad Kalinga (GK), ONG basée aux Philippines, qui a pour objectif d'éradiquer la pauvreté pour 5 millions de familles aux Philippines d'ici 2024. GK s'appuie sur un modèle holistique de développement, avec différents axes tels que la construction de maisons pour les sans-abris avec l'aide de milliers de bénévoles. 2400 communautés ont été créées et un village Air France-KLM de 47 maisons a été construit grâce au parrainage de la Délégation Régionale Air France-KLM. En 2014, la Fondation Air France a parrainé 30 étudiants du programme SEED, école de promotion de l'entrepreneuriat et d'expérimentation. Des billets d'avion sont également offerts à l'ONG pour venir présenter son action en Europe. GK développe des programmes de tourisme social, à travers une entreprise sociale, MAD (Make A Difference) Travel. Les voyageurs sont accueillis dans des éco-B&B. L'un d'eux est financé par le groupe Air France-KLM.

12,8 milliards d'euros
Chiffre d'affaires long-courrier groupe Air France-KLM

ACCOMPAGNER L'ENTREPRENARIAT LOCAL

L'entrepreneuriat participe au développement et à la croissance économique. En Côte d'Ivoire, Air France et Chronopost ont réuni leur expertise et logistique au bénéfice des artisans locaux, pour les aider à accroître leurs revenus. L'initiative a pour objectif de contourner les intermédiaires, de créer un lien direct entre artisan et client final, par exemple en leur aménageant un local. Grâce à l'implication du Ministère ivoirien de tutelle, le projet a pour ambition de s'étendre sur plusieurs centres artisanaux.

KLM poursuit sa collaboration avec l'ONG Share-Business. Ce projet consiste à envoyer des salariés de la compagnie dans des pays en développement où ils partagent leurs connaissances avec des entrepreneurs locaux. Ces derniers en retirent des compétences nouvelles qui leur permettent de développer leur entreprise, tandis que les salariés y gagnent en expérience et en savoir-faire. En 2014, 4 salariés sont partis en Éthiopie, au Kenya et en Inde. Au Kenya, l'objectif était de formuler des recommandations pour les processus logistiques d'une coopérative agricole.



PARTENAIRES POUR L'ENVIRONNEMENT

Le projet de conservation des forêts à Madagascar, soutenu par Air France depuis 2008 et cofinancé par l'AFD, le FFEM et les autorités malgaches depuis 2014, participe au développement local, tout en protégeant la biodiversité unique de l'île (voir p.39). Le projet a déjà touché 34000 ménages, dont 17 % ont adopté des techniques agricoles alternatives aux cultures sur brûlis, qui génèrent des revenus supplémentaires (apiculture, aviculture, pisciculture, cultures de rente), augmentent les rendements agricoles et diversifient les cultures. ●



KLM & WWF-PAYS BAS

Depuis 2007, KLM soutient de nombreux projets WWF-Pays Bas de protection des réserves naturelles (voir également p.39).

Un jalon important de l'initiative Living Amazon fut en 2014 le financement, par le gouvernement brésilien, WWF, et les partenaires du programme APRA (Amazon Protected Areas), d'un projet de 215 millions de dollars de protection de la plus grande zone protégée de l'Amazonie sur 10 ans. Le projet couvre 15% de la forêt tropicale brésilienne et vise à protéger 50 millions d'hectares de forêt

tropicale brésilienne, retenant environ 15 milliards de tonnes de CO₂



Partenariats solidaires

DES PROGRAMMES PÉRENNES

Air France-KLM a toujours participé activement au développement international au travers de projets sociaux, humanitaires ou de préservation de la nature, parmi lesquels de nombreux projets de protection de l'enfance.

Air France s'engage pour l'enfance en difficulté avec sa fondation d'entreprise, active en 2014 dans 110 projets. Depuis plus de trente ans, la compagnie est partenaire de l'ONG Acting for Life, qui agit pour le développement économique et le tourisme durable. En 2014, l'association a soutenu 37 projets.

Air France et KLM contribuent aux missions de transport aérien humanitaire effectuées par Aviation Sans Frontières (Aviation Without Borders aux Pays-Bas). Air France soutient aussi l'ONG au travers de mécénat de compétences. Les salariés Air France et KLM volontaires accompagnent les convoyages d'enfants malades de l'ONG.

KLM soutient 5 autres ONG, dont ses partenaires stratégiques UNICEF et WWF-NL, mais aussi Doctor 2 Doctor, Wings of Support, Get it Done, et Close the Gap. KLM a apporté un soutien fort à Close the Gap depuis sa création. Son objectif est de résorber la fracture numérique en offrant d'anciens ordinateurs reconditionnés aux écoles, centres de soins et entrepreneurs des pays émergents. En 2014, KLM a réalisé 25 envois par cargo pour différents projets et offert environ 1 000 ordinateurs et imprimantes.

DES INITIATIVES DE SALARIÉS

De nombreux salariés de KLM, personnels au sol et personnels navigants, sont activement engagés dans les projets locaux de la Fondation Wings of Support. L'ONG organise chaque année un Bushcamp pour des orphelins du Kenya. En 2014, 633 000 euros ont été investis dans 73 projets, au bénéfice de 10 750 enfants. Le réseau des Amis de la Fondation Air France mobilise pour sa part plus de 2 200 salariés pour diverses actions de bénévolat en France.

Droits des enfants

La chaîne d'approvisionnement peut avoir un impact majeur sur les communautés. C'est pourquoi le groupe Air France - KLM accorde une attention particulière aux droits de l'Homme et des enfants dans ses processus achat. Au cours d'un atelier, les acheteurs et les responsables produits Services en Vol ont complété leurs connaissances sur les risques liés aux droits de l'Homme et du travail, à la santé et à la sécurité et aux impacts environnementaux pouvant survenir dans la chaîne d'approvisionnement. L'UNICEF conseille KLM dans ce processus. L'objectif est d'encore plus incarner et promouvoir les droits des enfants dans l'aérien. En appliquant les Principes régissant les entreprises dans le domaine des droits de l'enfant, ce partenariat vise à mettre en œuvre une chaîne d'approvisionnement responsable.



IMPLICATION DES CLIENTS

Air France et KLM informent leurs clients sur les programmes sociaux et humanitaires qu'elles soutiennent. Chaque mois, dans Air France Magazine, un article est consacré aux projets soutenus par la Fondation Air France et par Acting for Life. Air France sensibilise ses passagers sur les ravages du tourisme sexuel impliquant des mineurs, en finançant et en diffusant, à bord, la campagne de prévention d'ECPAT international. 9 projets menés par ECPAT à travers le monde ont également bénéficié du soutien de la compagnie. Dans le Holland Herald magazine, KLM met en lumière des initiatives de développement durable et particulièrement celles de ses ONG partenaires.

Par ailleurs, les clients membres du programme Flying Blue sont invités à offrir leurs Miles à des ONG

sélectionnées par Air France et KLM. Depuis 2014, l'outil de don a évolué pour permettre aux membres de donner en temps réel le montant de Miles qu'ils souhaitent. 112,7 millions de Miles ont ainsi été offerts par les membres de Flying Blue en 2014. ●

CONTRIBUTIONS DU GROUPE AIR FRANCE-KLM



RÉPARTITION DES CONTRIBUTIONS DU GROUPE PAR CATÉGORIE DE PROJETS



8%

Environnement



58%

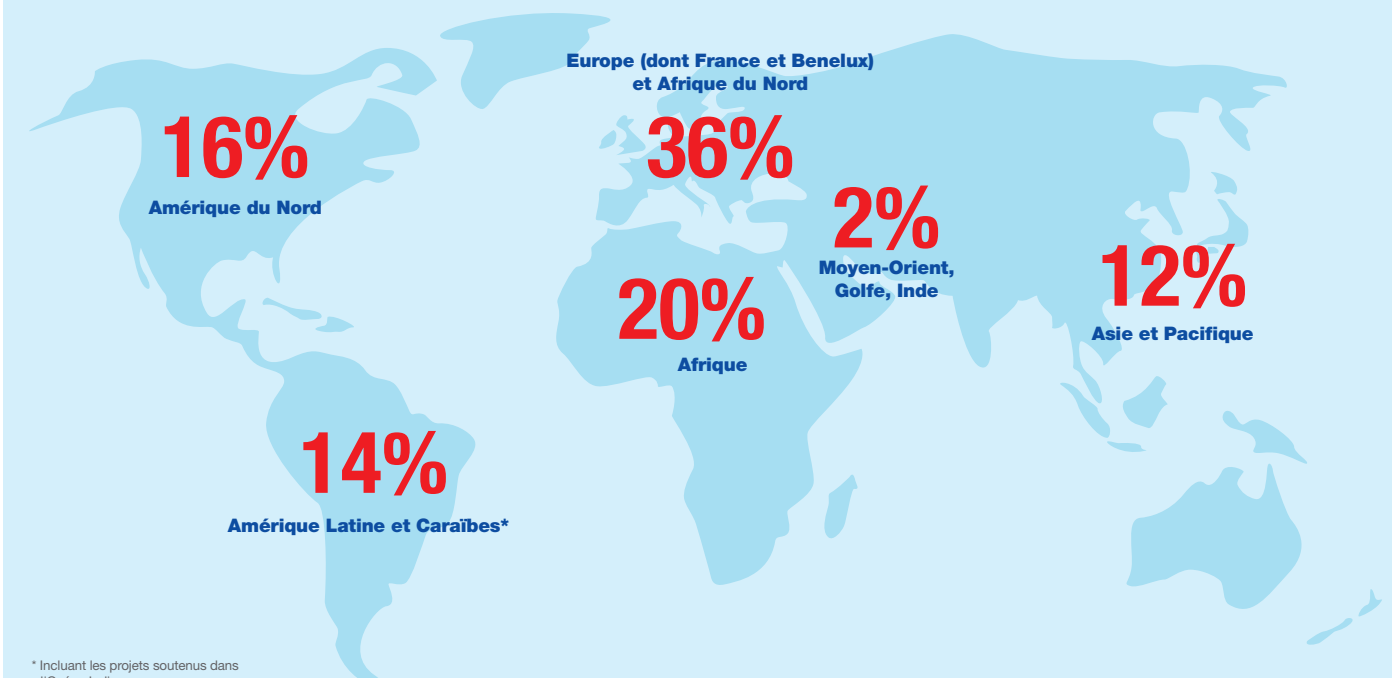
Sport, culture et autres



34%

Humanitaire et éducation

RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE DES PROJETS ET QUELQUES EXEMPLES



KENYA

KLM Kenya - Northern Suburbs Clubs Rugby : Partenariat de deux ans pour améliorer la vie des enfants de 8 à 18 ans des bidonvilles de Nairobi, par le sport.

AFRIQUE

Close The Gap : Depuis 2004, plus de 12 000 ordinateurs offerts par KLM, au bénéfice de 300 000 étudiants de 16 pays d'Afrique (dont le Kenya, la Tanzanie, le Congo, Burundi et le Burkina Faso) et donnant accès à la connaissance et à la formation.

PAKISTAN

ECPAT - Imtizaj II : prévention, sensibilisation et soutien aux organisations locales de lutte contre l'exploitation sexuelle des enfants.

RÉPUBLIQUE CENTRAFRICAINE

Fondation Air France - Triangle Génération Humanitaire : Soutien apporté à 8 centres recevant des enfants des rues.

MADAGASCAR

Fondation Air France - Audition Solidarité : Appareillage d'enfants sourds et formation des enseignants.

CHILI, PÉROU ET COLOMBIE

Acting for Life : Programme de réduction de la pauvreté et de soutien aux travailleurs handicapés dans l'industrie du tourisme.

FRANCE

Air France - Ordyslexie : don de 2000 ordinateurs reconditionnés à des élèves dyslexiques. Les ordinateurs sont équipés d'écrans tactiles et d'une technologie intuitive, facilitant le travail à l'école et l'autonomie des élèves.



DIALOGUE AVEC LES PARTIES PRENANTES

INDICATEURS SOCIAUX

INDICATEURS ENVIRONNEMENTAUX

FLOTTE DU GROUPE AIR FRANCE-KLM

NOTES MÉTHODOLOGIQUES

PRINCIPALES FILIALES DU GROUPE

INFORMATIONS GRENELLE II

RAPPORT D'EXAMEN DES COMMISSAIRES AUX COMPTES

TABLEAU DE CORRESPONDANCE DES CRITÈRES GRI4 ET PACTE MONDIAL

INDICES EXTRA-FINANCIERS ET CLASSEMENT 2014

CONTACTS

Indicateurs

Dialogue avec les parties prenantes

PARTIES PRENANTES	SUJETS	MODES DE DIALOGUE	RÉPONSES ET RÉALISATIONS 2014
<ul style="list-style-type: none"> → Actionnaires → Investisseurs → Partenaires financiers → Agences de notation 	<ul style="list-style-type: none"> → Information financière → Performance en matière de développement durable 	<ul style="list-style-type: none"> → Rapports trimestriels aux analystes financiers → Site internet financier dédié → Publications annuelles → Club des actionnaires → Comité consultatif des actionnaires individuels → Assemblée générale annuelle Air France-KLM → Association néerlandaise des investisseurs pour le développement durable (VBDO) → Pacte Mondial : revues de la COP par les pairs organisées en France et aux Pays-Bas 	<ul style="list-style-type: none"> → Amélioration du reporting grâce aux échanges avec les agences de notation extra-financière (Vigeo, SAM, EIRIS, CDP...) et les investisseurs → Reporting selon les principes GRI4 → Air France-KLM primé pour ses performances sur les 7 thèmes RSE par l'association (VBDO) → Voir aussi chapitre Gouvernance
<ul style="list-style-type: none"> → Clients et distributeurs → Clients maintenance → Clients cargo → Partenaires 	<ul style="list-style-type: none"> → Satisfaction client et qualité de service → Santé et sécurité des clients → Informations relatives au voyage → Accessibilité des services → Innovation → Réduction des émissions de CO₂ liées au voyage → Restauration responsable 	<ul style="list-style-type: none"> → Enquête e-Score et programme Quality Observer → Cellules d'assistance commerciales → Sites internet KLM Health Services et KLM Travel Clinics (www.klmhealthservices.nl/nl/fit-to-travel.html) → Santé et confort à bord sur le site internet Air France et centre de vaccinations internationales → Opération Lab'line for the Future Air France → Programme KLM Corporate Biofuel → Offre de calcul et de compensation des émissions de CO₂ sur les sites internet → KLM membre du Dutch Sustainable Growth Coalition (DSGC) 	<ul style="list-style-type: none"> → Plus d'un million de réponse au questionnaire e-Score, rapports d'équipage et d'exploitation, comité retour d'expérience clients → Quality Observer : plus de 25 000 rapports satisfaction client → Echanges via le internet KLM Takes Care → Lancement de Lab'line : 14 partenaires, une enquête clients, des focus groupes, appel à projets innovants auprès de PME et de start-ups → 4 nouveaux partenaires du programme KLM BioFuel → Echanges sur la feuille de route RSE KLM Takes Care → Rencontre parties prenantes KLM (Déc. 2014) → Publication du DSGC sur l'innovation responsable → Voir aussi chapitres Environnement et Expérience client
<ul style="list-style-type: none"> → Salariés → Syndicats → Associations et organisations professionnelles 	<ul style="list-style-type: none"> → Conditions de travail et bien-être au travail → Formation et employabilité → Santé et sécurité au travail → Égalité des chances → Diversité → Dialogue social 	<ul style="list-style-type: none"> → Enquêtes de perception auprès des salariés → Formations Développement durable → Communication interne via supports écrits et intranet → Négociations et signatures d'accords sociaux avec les organisations représentatives → Travaux des comités d'entreprise sur les conditions de travail, l'environnement et les politiques de ressources humaines → Plan de déplacement entreprise Boussole → Démarche d'innovation participative → Participation à la semaine nationale du développement durable → Réunions de groupes de travail inter-entreprises (Pacte mondial France et Pays-Bas, ORSE, Comité 21, AFEP-MEDEF...) → Partenariat avec les grandes écoles et les universités 	<ul style="list-style-type: none"> → Signature de 88 accords collectifs (groupe Air France) → Baromètre interne et enquêtes de satisfaction des salariés → Programme Culture de la sécurité → Convention annuelle santé-sécurité au travail (Air France) → Programme d'innovation participative (DIP) : 6 700 suggestions (Air France) → Air France membre de l'association R'PRO'Mobilité (mobilité des salariés et accès à l'emploi autour de Paris-CDG) → Voir aussi chapitre Politique sociale
<ul style="list-style-type: none"> → Autorités et instances internationales, européennes, françaises et néerlandaises → Décideurs publics nationaux et locaux 	<ul style="list-style-type: none"> → Changement climatique et réduction des émissions de CO₂ → Santé et sécurité → Fiscalité → Compétitivité de l'aviation européenne → Droits des passagers → Connaissance du transport aérien → Transition énergétique 	<ul style="list-style-type: none"> → Dialogue, et actions conjointes, avec les directions nationales de l'aviation civile, les aéroports et les services de navigation aérienne → Groupe de travail sur les nouvelles réglementations européennes → Des représentants d'intérêt du groupe auprès des institutions nationales et européennes → Auditions des dirigeants du groupe → Dépôt et portage d'amendements → Participation à des colloques, clubs, groupes de travail thématiques 	<ul style="list-style-type: none"> → Organisation de rendez-vous et de visites avec les élus → Amendement adopté dans le cadre de l'examen de la loi de finances pour l'exemption de la taxe de l'aviation civile pour les passagers en correspondance (2015, 2016) → Inauguration de la Lab'line par la ministre de l'Écologie et du Développement durable → KLM Green Deal Biocarburants 2011-2015 → Voir aussi chapitres Gouvernance et Environnement
<ul style="list-style-type: none"> → Autorités de normalisation et de certification 	<ul style="list-style-type: none"> → Sécurité des vols → Santé et sécurité → Qualité → Management environnemental 	<ul style="list-style-type: none"> → Audits externes de suivi et de renouvellement → Vérifications des informations RSE 	<ul style="list-style-type: none"> → Audit de renouvellement ISO 14001 et ISO 22000 et obtention de la certification OHSAS 18001 (Air France) → Audit de suivi annuel ISO 14001 (KLM) → Audits de renouvellement IOSA (Air France et KLM) → Reporting RSE annuel dans le rapport de gestion, conformément à la loi française Grenelle II

PARTIES PRENANTES	SUJETS	MODES DE DIALOGUE	RÉPONSES ET RÉALISATIONS 2014
<ul style="list-style-type: none"> → Fournisseurs et sous-traitants 	<ul style="list-style-type: none"> → Performances environnementales et sociales → Risques RSE dans la supply-chain → Innovation → Eco-conception → Développement local → Accès à l'emploi pour les salariés handicapés → Biocarburants 	<ul style="list-style-type: none"> → Charte développement durable, clauses sociales et environnementales dans les contrats → Evaluation des performances RSE des fournisseurs → Prise en compte de la RSE dans la gestion de la relation avec les fournisseurs → Groupe de travail Air France pour identifier et suivre les prestations réalisées par le secteur protégé 	<ul style="list-style-type: none"> → 75 % des fournisseurs ont signé la charte développement durable → Définition de lignes directrices pour les fournisseurs → 179 fournisseurs évalués via la plate-forme RSE EcoVadis → Achats auprès du secteur protégé : 18 millions d'euros → Participations dans des consortiums pour une offre de biocarburants → Voir aussi chapitres Environnement et Expérience client
<ul style="list-style-type: none"> → Industrie du transport aérien → Aéroports → Services de Navigation aérienne → Associations professionnelles 	<ul style="list-style-type: none"> → Sécurité et sécurité des vols → Accessibilité → Services au sol → Nouveaux avions → Carburants alternatifs durables pour l'aviation → Changement climatique → Ciel Unique Européen 	<ul style="list-style-type: none"> → Membres des organisations internationales (IATA), européennes (AEA) et nationales (European Regions Airline Association, FNAM, GIFAS, BAR) → Participation à SESAR JU, ACARE, CORAC et SAFUG → Soutien de la RSB (Roundtable of Sustainable Biomaterials) → Membres de la Core Team du Biofuel FlightPath de la Commission européenne → Air France membre de l'initiative ini-FCA de la DGAC 	<ul style="list-style-type: none"> → Green Deal Biofuels → Opération Lab'line en partenariat pour le développement d'une filière de biocarburant en France → Partage de bonnes pratiques RSE avec les membres de SkyTeam → ACARE présidé par un administrateur d'Air France-KLM → Voir aussi chapitres Gouvernance et Environnement
<ul style="list-style-type: none"> → Collectivités locales → Associations de riverains → Acteurs économiques territoriaux 	<ul style="list-style-type: none"> → Bruit → Qualité de l'air → Dialogue local → Développement économique et emploi local → Connaissance du transport aérien 	<ul style="list-style-type: none"> → Participation aux CCE et CCAR des principaux aéroports français (Air France) → Participation au comité Alders Table et au CROS (KLM) → Participation à la dynamique territoriale du grand Roissy et promotion à l'international du pôle de Paris-CDG → 2 salariés Air France mis à disposition de l'association Pays de Roissy-CDG → Coopération ASK Amsterdam, Schiphol et KLM sur la RSE → Organisation de rencontres et de visites des installations d'Air France et de KLM 	<ul style="list-style-type: none"> → Installation de kits de réduction de bruit sur les A320 d'Air France → Mise en oeuvre de la procédure de départ NAPD2 (KLM) → KLM partenaire de l'Aviation Schiphol College → Partenariat ASK : mise en oeuvre de e-taxis à Schiphol Echanges sur la feuille de route de la stratégie KLM Takes Care → Air France membre du réseau PLATO : coaching de 70 PME du Grand Roissy → Air France membre fondateur de l'incubateur Welcome City Lab (innovation et tourisme en Ile-de-France) → Voir aussi chapitres Environnement et Développement local
<ul style="list-style-type: none"> → Communauté scientifique → Universités → Chercheurs et experts 	<ul style="list-style-type: none"> → Changement climatique → Procédures opérationnelles → Nouvelles technologies 	<ul style="list-style-type: none"> → Participation au programme IAGOS (Air France) → Programme de recherche avec l'université de Delft (KLM) → Partenariat pour le développement d'un tourisme durable avec l'IDUT et soutien d'une chaire à l'université de Wageningen → Participation au conseil développement durable de SkyNRG 	<ul style="list-style-type: none"> → Données IAGOS envoyées à des scientifiques internationaux pour l'étude du cycle du carbone → Contribution sur la recherche sur les biocarburants → Voir chapitre Environnement
<ul style="list-style-type: none"> → ONG environnementales 	<ul style="list-style-type: none"> → Changement climatique → Partenariats en faveur de l'innovation et du développement durable → Lutter contre la déforestation → Préservation de la biodiversité 	<ul style="list-style-type: none"> → Partenariat KLM et WWF-NL → Programme de lutte contre la déforestation à Madagascar soutenu par Air France, en partenariat avec l'AFD et FFEM → Partenariat avec l'association Landscape North Holland pour la protection de la nature dans la région de Schiphol → Relations avec plusieurs ONG sur les ressources soutenables et le changement climatique 	<ul style="list-style-type: none"> → Échanges avec WWF-NL sur le développement des biocarburants et de la restauration responsable → Lancement de la 2e phase du projet Madagascar (2014-2017) → Soutien de projets de préservation de la nature avec le WWF-NL → Voir chapitres Environnement et Développement local
<ul style="list-style-type: none"> → ONG humanitaires et institutions 	<ul style="list-style-type: none"> → Droits de l'homme et droits de l'enfant → Éducation → Tourisme responsable 	<ul style="list-style-type: none"> → Fondation Air France, Acting for Life, partenaires de KLM Takes Care → Mobilisation des salariés sur des projets solidaires : Amis de la Fondation Air France, Wings of Support, Aviation sans Frontières... → Partenariat KLM et UNICEF Pays-Bas sur les droits de l'enfant 	<ul style="list-style-type: none"> → Soutien de projets sociaux et environnementaux : 14 millions d'euros → 110 projets soutenus par la Fondation Air France et 37 projets Acting for Life → UNICEF : Développement de lignes directrices pour les fournisseurs, groupe de travail sur les droits de l'homme avec la direction Service en vol de KLM → Dons de billets à des ONG et transport gratuit de matériel médical → Dons de Miles Flying Blue → Voir aussi chapitre Développement local

Indicateurs sociaux

Données consolidées sur les effectifs du groupe Air France-KLM	GROUPE AIR FRANCE-KLM				GROUPE AIR FRANCE *				GROUPE KLM **			
	2012	2013	2014	14/13	Groupe Air France		dont Air France		Groupe KLM		dont KLM	
					2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014
EFFECTIFS PAR TÊTE AU 31/12 (CONTRAT À DURÉE INDÉTERMINÉE ET CONTRAT À DURÉE DÉTERMINÉE) ¹												
Périmètre du reporting NRE social ²	96 %	96 %	96 %	0,0 %	95 %	94 %	100 %	100 %	98 %	98 %	100 %	100 %
Effectifs totaux ³	104 130	100 569	99 277	-1,3 %	65 905	64 615	53 423	52 541	34 664	34 662	28 718	28 805
Personnel au Sol	69 516	66 512	65 545	-1,5 %	45 466	44 721	35 344	34 786	21 046	20 824	16 941	16 934
Personnel Navigant Commercial	25 863	25 548	25 282	-1,0 %	15 450	15 081	14 215	13 991	10 098	10 201	9 086	9 055
Personnel Navigant Technique	8 751	8 509	8 450	-0,7 %	4 989	4 813	3 864	3 764	3 520	3 637	2 691	2 816
Effectifs en contrat à durée indéterminée (CDI)	100 273	96 368	94 592	-1,8 %	63 262	61 680	52 029	50 881	33 106	32 912	27 926	28 155
Embauches en contrat à durée indéterminée au 31/12 ²	848	1 253	1 648	31,5 %	782	884	313	388	471	764	430	694
Embauches en contrat à durée déterminée au 31/12 ²	4 313	4 249	5 643	32,8 %	3 401	4 418	889	1 585	848	1 225	317	190
Nombre de départs total au 31/12 ³	8 571	9 975	10 577	6,0 %	8 719	8 753	5 553	5 247	1 256	1 824	707	798
Dont licenciements (y compris économiques) ⁴	640	492	455	-7,5 %	414	343	179	112	78	112	49	78
Part des femmes au 31/12 ⁴	42,8 %	42,9 %	43,2 %	0,7 %	43,3 %	43,5 %	45,0 %	45,2 %	42,3 %	42,6 %	43,6 %	43,4 %
Pourcentage de l'effectif à temps partiel au 31/12 ⁴	25,5 %	27,4 %	27,7 %	1,1 %	21,2 %	21,5 %	24,2 %	24,5 %	39,1 %	39,1 %	40,2 %	40,3 %
EFFECTIFS PAR ÂGE AU 31/12												
< 29 ans ⁵	8 222	7 878	7 058	-10,4 %	4 654	4 423	3 302	3 113	3 224	2 635	2 202	1 556
Entre 30 et 39 ans inclus ⁵	30 305	28 081	24 938	-11,2 %	19 207	16 900	15 842	13 944	8 874	8 038	7 239	6 422
Entre 40 et 49 ans inclus ⁵	37 255	37 259	36 823	-1,2 %	24 371	24 519	19 908	20 144	12 888	12 304	10 970	10 514
De 50 ans et plus ⁵	28 348	27 351	30 458	11,4 %	17 673	18 773	14 371	15 340	9 678	11 685	8 307	10 313
EFFECTIFS PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE AU 31/12												
Europe (hors France et Pays-Bas) ⁵	4 607	4 483	3 733	-16,7 %	2 204	1 505	1 584	1 504	2 279	2 228	933	930
Amérique du Nord et Amérique du Sud ⁵	2 013	2 029	2 021	-0,4 %	1 582	1 557	1 309	1 294	447	464	446	463
Caraïbes/Océan Indien (y compris DOM) ⁵	1 109	1 042	1 034	-0,8 %	986	979	780	774	56	55	56	55
Asie/Pacifique ⁵	1 678	1 728	1 702	-1,5 %	746	752	742	748	982	950	982	950
Afrique/Moyen-Orient ⁵	1 607	1 531	1 466	-4,2 %	1 021	985	997	958	510	481	510	481
Pays-Bas ⁵	30 562	30 496	30 477	-0,1 %	154	43	32	43	30 342	30 434	25 743	25 876
France Métropole ⁵	62 554	59 260	58 844	-0,7 %	59 212	58 794	47 979	47 220	48	50	48	50

¹ Données vérifiées par KPMG Audit, département de KPMG SA, pour 2014 à un niveau d'assurance modérée.

* Groupe Air France : Air France et filiales d'Air France.

Filiales d'Air France : Aero Maintenance Group, AirInair, BlueLink, Brit Air, CRMA, Régional, Sodexi, Transavia France and Servair group: ACNA, OAT, Passerelle, Servair SA, PAC SA.

** Groupe KLM : KLM et filiales de KLM

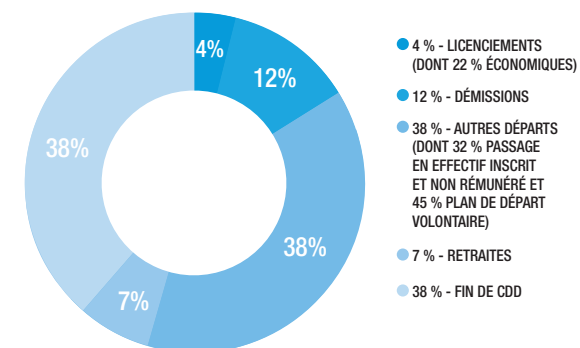
Filiales KLM : Cygnific, Cobalt Ground Solutions, KLM Cityhopper (UK and BV), Transavia, KLM Catering Services Schiphol B.V., KLM UK Engineering Limited and Martinair.

(1) (2) (3) (4) (5) : Voir note méthodologique.

EFFECTIFS EN ÉQUIVALENTS TEMPS PLEIN (ETP)

EXERCICE	GROUPE AIR FRANCE-KLM		
	2012	2013	2014
PERSONNEL AU SOL (PS)	69 994	66 535	65 088
PERSONNEL NAVIGANT COMMERCIAL (PNC)	22 347	21 779	21 552
PERSONNEL NAVIGANT TECHNIQUE (PNT)	8 403	8 103	8 027
TOTAL	100 744	96 417	94 666

RÉPARTITION DES DÉPARTS PAR CAUSE



Autres données sociales du groupe Air France (selon législation locale)

AIR FRANCE (100 % DES EFFECTIFS PHYSIQUES, INSCRITS ET PAYÉS EN FIN D'ANNÉE CIVILE) *	2013	2014	14/13
ABSENTÉISME ¹			
Pour maladie ²	3,91 %	3,81 %	-3 %
Pour accident de travail ³	0,68 %	0,69 %	1 %
Maternité ⁴	0,99 %	0,88 %	-11 %
HYGIÈNE ET SÉCURITÉ			
Nombre d'accidents du travail ⁵	2 238	2 283	2 %
Nombre de décès dus à un accident du travail ⁶	1	0	
Taux de fréquence AT ⁷	29,56	31,04	5 %
Taux de gravité AT ⁸	0,88	0,87	-1 %
FORMATION			
Nombre d'heures de formation par salarié ⁹	28	28	0 %
HANDICAPÉS ¹⁰			
Nombre de salariés handicapés ¹¹	1 727	1 699	-2 %
Nombre de salariés handicapés recrutés dans l'année ¹²	16	23	44 %
Chiffre d'affaires généré avec le secteur adapté en M€ ¹³	16	18	13 %
ACCORDS COLLECTIFS ¹⁴	47	36	

FILIALES AIR FRANCE	2013	2014	14/13
Périmètre de reporting sur l'ensemble des filiales du groupe Air France	73 %	75 %	3 %
HYGIÈNE ET SÉCURITÉ			
Nombre d'accidents du travail ⁵	1 048	959	-8 %
FORMATION			
Nombre d'heures de formation par salarié ⁹	20	18	-10 %
HANDICAPÉS ¹⁰			
Nombre de salariés handicapés ¹¹	609	622	2 %
Nombre de salariés handicapés recrutés dans l'année ¹²	22	16	-27 %
ACCORDS COLLECTIFS ¹⁴	58	52	

¹ Données vérifiées par KPMG Audit, département de KPMG SA, pour 2014 à un niveau d'assurance modérée.

* Les données Italiques ne concernent qu'Air France Métropole et DOM.

(1) (2) (3) (4) (5) (6) : Voir note méthodologique.

LES FEMMES DANS LE GROUPE (EN %)

Conseil d'administration Air France-KLM		35,7 %	
Comités exécutifs	AIR FRANCE-KLM	6,7 %	
	AIR FRANCE	25 %	
	KLM	11,2 %	
Cadres supérieurs et dirigeants	AIR FRANCE	27 %	
	KLM	21,8 %	
Cadres Personnel au Sol	AIR FRANCE	32,3 %	
	KLM	25,6 %	
Encadrement Personnel Navigant	AIR FRANCE	PNC	51,5 %
		PNT	1,1 %
	KLM	PNC	73,3 %
		PNT	3,5 %
Non Cadres Personnel au Sol	AIR FRANCE	40,6 %	
	KLM	30,3 %	
Fonction Personnel Navigant	AIR FRANCE	PNC	65,7 %
		PNT	7,2 %
	KLM	PNC	85,3 %
		PNT	5,4 %

Autres données sociales du groupe KLM (selon la législation locale)

KLM (100% DES EFFECTIFS PHYSIQUES, INSCRITS ET PAYÉS EN FIN D'ANNÉE CIVILE) *	2013	2014	14/13
ABSENTÉISME ¹			
Pour maladie ²	5,20 %	5,64 %	8 %
Pour accident de travail ³	0,10 %	0,13 %	30 %
Maternité ⁴	0,54 %	0,49 %	-9 %
HYGIÈNE ET SÉCURITÉ			
Nombre d'accidents du travail ⁵	186	199	7 %
Nombre de décès dus à un accident du travail ⁶	1	0	
Taux de fréquence AT ⁷	4,01	4,25	6 %
Taux de gravité AT ⁸	0,18	0,22	22 %
FORMATION ⁹			
Dépenses en formation en K€ ¹⁰	62 412	76 596	23 %
Dépenses en formation en € par salarié en équivalent temps plein	2 638	3 229	22 %
HANDICAPÉS			
Nombre de salariés handicapés ¹¹	710	750	6 %
ACCORDS COLLECTIFS ¹⁴	0	0	

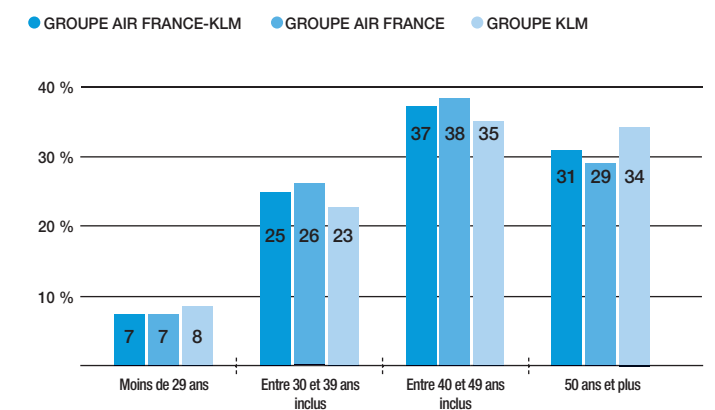
FILIALES KLM	2013	2014	14/13
Périmètre de reporting sur l'ensemble des filiales KLM	94 %	94 %	0 %
HYGIÈNE ET SÉCURITÉ			
Nombre d'accidents du travail ⁵	72	159	121 %
Nombre de décès dus à un accident du travail ⁶	0	0	
Taux de fréquence AT ⁷	6,77	15,25	125 %
Taux de gravité AT ⁸	0,09	0,10	11 %
FORMATION ⁹			
Dépenses en formation en K€ ¹⁰	18 524	27 320	47 %
Dépenses en formation en € par salarié en équivalent temps plein	2 885	4 238	47 %
HANDICAPÉS			
Nombre de salariés handicapés ¹¹	99	92	-7 %
ACCORDS COLLECTIFS ¹⁴	2	7	

¹ Données vérifiées par KPMG Audit, département de KPMG SA, pour 2014 à un niveau d'assurance modérée.

* KLM : Les données concernent KLM hors personnel à l'international.

(1) (2) (3) (4) (5) : Voir note méthodologique.

RÉPARTITION DES EFFECTIFS PAR ÂGE (EN %)



Indicateurs environnementaux

Opérations aériennes

	Unité	GROUPE AIR FRANCE KLM				GROUPE AIR FRANCE ¹				GROUPE KLM ²				
		2012	2013	2014	14/13	2012	2013	2014	14/13	2012	2013	2014	14/13	
CONSOMMATIONS														
Consommations de matières premières : carburant ✓ ✓	ktonnes	8 956	8 755	8 755	0,0 %	5 078	4 918	4 903	-0,3 %	3 878	3 837	3 852	0,4 %	
ÉMISSIONS														
Émissions de gaz à effet de serre	Émissions de CO ₂ ✓ ✓	ktonnes	28 210	27 576	27 577	0,0%	15 997	15 491	15 443	-0,3 %	12 213	12 085	12 134	0,4 %
Émissions de substances participant à l'acidification et à l'eutrophisation	NO _x basse altitude (<3 000 ft) ✓	ktonnes	9,2	9,5	9,9	4,2 %	6,3	6,2	6,0	-3,2 %	2,9	3,3	3,9	18,2 %
	Émissions de SO _x	ktonnes	9,9	11,8	11,8	0,0 %	6,4	6,8	6,9	1,5 %	3,5	5,0	4,9	-2,0 %
	SO _x basse altitude (<3 000 ft) ✓	ktonnes	0,7	0,8	0,9	12,5 %	0,5	0,5	0,6	20,0 %	0,2	0,3	0,3	0,0 %
Délestages de carburant en vol	Nombre de délestages ✓	nombre	41	33	36	9,1 %	27	23	20	-13,0 %	14	10	16	60,0 %
	Carburant délesté ✓	tonnes	1 839	1 104	1 283	16,2 %	1 210	758	671	-11,5 %	629	346	612	76,9 %
Autres émissions	HC basse altitude (<3 000 ft) ✓	ktonnes	0,8	0,8	0,8	0,0 %	0,6	0,6	0,6	0,0 %	0,2	0,2	0,2	0,0 %
GÈNE SONORE														
Indicateur d'énergie bruit global ✓	10 ¹² kJ	1,69	1,62	1,54	-4,9 %	1,16	1,12	1,03	-0,8 %	0,53	0,50	0,51	2 %	

✓ Données vérifiées par KPMG Audit, département de KPMG SA, pour 2014 (niveau d'assurance modérée).

✓ ✓ Données vérifiées par KPMG Audit, département de KPMG SA, pour 2014 (niveau d'assurance raisonnable).

1. Périmètre Groupe Air France : tous les vols sous code commercial Air France opérés par Air France, HOP ! et Transavia France.

2. Périmètre Groupe KLM : tous les vols KLM opérés par KLM et KLM Cityhopper, Martinair and Transavia. Martinair et Transavia sont exclues pour l'indicateur d'énergie de bruit global.

Flotte du groupe Air France-KLM

Avions en exploitation au 31 décembre 2014: 546

Âge moyen de la flotte: 10,7 ans

	GROUPE AIR FRANCE			GROUPE KLM		
	ÂGE MOYEN (années)	TYPES D'AVION	NOMBRE D'AVIONS	ÂGE MOYEN (années)	TYPES D'AVION	NOMBRE D'AVIONS
COURT ET MOYEN COURRIER	10,8	A318, A319 A320, A321	128	8,3	737-700 /-800 / -900	48
LONG COURRIER	11,0	A380, A330-200 A340-300 777-200/-300, 747-400	106	12,2	A330-200/-300 777-200/-300 747-400	62
CARGO ⁶	9,0	747-400ERF 777F	4	17,6	47-400ERF/BCF MD11-F	10
FLOTTE RÉGIONALE AF: HOP! KLM: CITYHOPPER	11,0	ATR, EMBRAER, BOMBARDIER	96	9,9	F70, EMB190	47
AUTRE FLOTTE AF: TRANSVIA FRANCE KLM: TRANSVIA PAYS-BAS	6,5	737-800	14	9,8	737-700/-800	31
TOTAL	10,7		348	10,6		198

⁶ Les appareils cargo du groupe KLM sont opérés par Martinair.

Opérations au sol

	Unité	GROUPE AIR FRANCE KLM				GROUPE AIR FRANCE ¹				GROUPE KLM ²				
		2012	2013	2014	14/13	2012	2013	2014	14/13	2012	2013	2014	14/13	
CONSOMMATIONS														
Consommation d'eau ✓	Milliers de m ³	812	825	793	-3,9 %	624	640	641	0,2 %	188	185	152	-17,8 %	
Consommation d'électricité ✓	MWh	392 233	383 605	374 064	-2,5 %	293 406	288 218	279 945	-2,9 %	98 817	95 387	94 119	-1,3 %	
Consommation autres énergies ✓	MWh	513 562	534 375	451 626	-15,5 %	295 757	304 890	260 891	-14,4 %	217 805	229 485	190 735	-16,9 %	
ÉMISSIONS														
Émissions de gaz à effet de serre	CO ₂ ✓	tonnes	85 680	88 885	78 842	-11,3 %	36 841	37 782	36 704	-2,9 %	48 839	51 103	42 138	-17,5 %
Émissions de substances contribuant à la pollution photochimique	Émissions de Composés Organiques Volatils (COV) ✓	tonnes	146	135	107	-20,7 %	102	87	55	-36,8 %	44	48	52	8,3 %
	Émissions de HC	tonnes	145	137	158	15,3 %	86	76	100	31,6 %	59	61	58	-4,9 %
Émissions de substances participant à l'acidification et à l'eutrophisation	NO _x ✓	tonnes	773	675	638	-5,5 %	508	409	387	-5,4 %	265	266	251	-5,6 %
	SO _x ✓	tonnes	16,1	15,8	14,5	-8,2 %	12,9	11,4	11,1	-2,6 %	3,2	4,4	3,4	-22,7 %
DÉCHETS														
Production de déchets	Quantité de déchets industriels non dangereux ✓	tonnes	57 060	54 966	57 895	5,3 %	40 236	38 185	40 269	5,4 %	16 824	16 781	17 626	5,0 %
	Quantité de déchets industriels dangereux ✓	tonnes	7 009	7 073	5 808	-17,9 %	4 474	4 420	4 280	-3,2 %	2 535	2 653	1 528	-42,4 %
	% de valorisation des déchets industriels dangereux ✓	%	58 %	61 %	51 %	-10 PTS	43 %	44 %	43 %	-1 PT	85 %	89 %	75 %	-14 PTS
EFFLUENTS														
Taux de conformité des rejets aqueux par rapport à la réglementation	Composés azotés ✓	%	100 %	98 %	100 %	+2 PTS	100 %	90 %	94 %	+4 PTS	100 %	100 %	100 %	0 PT
	Composés phosphorés ✓	%	99 %	97 %	98 %	+1 PT	98 %	93 %	97 %	+4 PTS	100 %	100 %	100 %	0 PT
	Métaux ³ ✓	%	98 %	99 %	100 %	+1 PT	98 %	99 %	100 %	+1 PT	100 %	100 %	100 %	0 PT

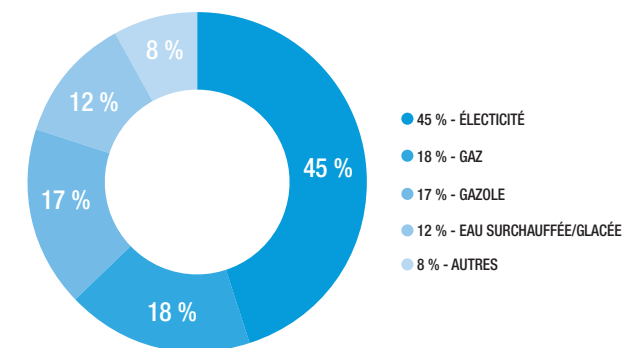
1. Air France et filiales: HOP ! (Airlinair, BritAir, Regional), Servair et ses filiales (restreint à la France), Sodexi, CRMA, BlueLink et Transavia France.

2. KLM et ses filiales: KLM Cityhopper (KLC), KLM Equipment Services (KES), KLM Catering Services (KCS), KLM Health Services (KHS), Transavia et Martinair. EPCOR a également été incluse pour le reporting des déchets en 2014.

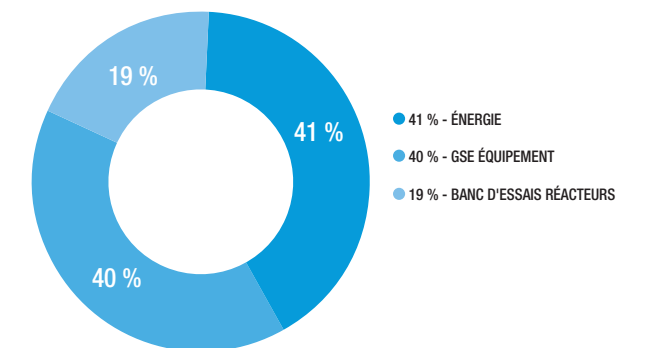
3. Cr, Cd, Ni, Cu, Pb, Sn et Zn.

✓ Données vérifiées par KPMG Audit, département de KPMG SA, pour 2014 (niveau d'assurance modérée).

TYPES D'ÉNERGIE CONSOMMÉE



ÉMISSIONS DE CO₂ DES OPÉRATIONS AU SOL



Principales filiales du groupe

Le tableau présente le groupe Air France-KLM et ses principales filiales, contrôlées au minimum à 50 %, acquises depuis au moins une année complète et disposant d'un effectif significatif.

AIR FRANCE			
Transport de passagers, Maintenance, Cargo	HOP I	✘	BRIT AIR ✘
			REGIONAL ✘
			AIRLINAIR ✘
			SERVAIR SA ✘
			ACNA ✘
			PAC SA ✘
			OAT ✘
			PASSERELLE ✘
KLM			
Transport de passagers, Maintenance, Cargo	KLM CITYHOPPER B.V.	✘	
	TRANSAVIA AIRLINES C.V.	✘	
	KLM CATERING SERVICES SCHIPHOL B.V.	✘	
	CYGNIFIC B.V.	✘	
	COBALT GROUND SOLUTIONS LTD.	✘	
	KLM EQUIPMENT SERVICES B.V.	✘	
	KLM HEALTH SERVICES B.V.	✘	
	KLM UK ENGINEERING LTD.	✘	
	MARTINAIR HOLLAND N.V.	✘	
	EPCOR B.V.	✘	
	INTERNATIONAL AVIATION SERVICES LTD.	✘	
	KLM LUCHTVAART SCHOOL B.V.	✘	

✘ Transport de passagers ✘ Maintenance ✘ Cargo (logistique ou transport fret) ✘ Assistance en escale ✘ Catering (restauration) ✘ Nettoyage des avions ✘ Call center ✘ Service médical ✘ Assistance des passagers à mobilité réduite ✘ Formation

Informations sociales, sociétales et environnementales Grenelle II

Le reporting social, sociétal et environnemental, conformément à l'article 225 du décret d'application de la loi française Grenelle II du 12 juillet 2010, figure dans le rapport de gestion 2014 du groupe Air France-KLM approuvé par le Conseil d'administration du 18 février 2015. Ces informations sont également présentées dans le document de référence 2014 du groupe Air France-KLM.

Reporting social, sociétal et environnemental	Document de référence Air France-KLM 2013
Informations sociales	
Emploi, organisation du temps de travail, formation, dialogue social	Pages 113 à 118
Santé et sécurité	Pages 118 à 122
Egalité des chances	Pages 122 à 124
Indicateurs sociaux	Pages 128 à 131
Informations sociétales	
Impact territorial, économique et social, mécénat et partenariats	Pages 134 à 137
Dialogue avec les parties prenantes	Pages 132 à 133
Sous-traitants et fournisseurs	Pages 137 à 138
Informations environnementales	Page 133
Informations environnementales	
Politique environnementale	Pages 139 à 141
Pollution, gestion des déchets et utilisation durable des ressources	Pages 141 à 143
Changement climatique et biodiversité	Pages 143 à 146
Indicateurs environnementaux	Pages 150 à 153

Rapport d'examen de l'un des Commissaires aux comptes sur certains indicateurs environnementaux et sociaux du groupe Air France-KLM pour l'année civile 2014

À la suite de la demande qui nous a été faite et en notre qualité de Commissaire aux comptes d'Air France-KLM S.A., nous avons effectué un examen visant à nous permettre d'exprimer :

- une assurance modérée sur certains indicateurs environnementaux et sociaux 2014 sélectionnés par le groupe Air France-KLM et identifiés par le signe ✓ ;
- une assurance raisonnable sur les indicateurs « Consommation de carburant » et « Émissions de CO₂ » 2014 liés aux opérations aériennes et identifiés par le signe √√.

Cette sélection d'indicateurs (« les Données ») est présentée dans les tableaux « Indicateurs environnementaux » et « Indicateurs sociaux » du rapport développement durable 2014 du groupe Air France-KLM (« le Groupe »).

Responsabilité de la société

Ces Données ont été préparées sous la responsabilité de la Direction Environnement et Développement Durable d'Air France-KLM, conformément aux référentiels internes de mesure et de reporting (ci-après les « Référentiels ») utilisés par la société et disponibles sur demande à la Direction Environnement et Développement Durable de la société Air France-KLM. Un résumé de ces Référentiels figure dans le rapport développement durable 2014 dans les notes méthodologiques associées aux tableaux « Indicateurs environnementaux » et « Indicateurs sociaux ».

Indépendance et contrôle qualité

Notre indépendance est définie par les textes réglementaires, le code de déontologie de la profession ainsi que les dispositions prévues à l'article L.822-11 du code de commerce. Par ailleurs, nous avons mis en place un système de contrôle qualité qui comprend des politiques et des procédures documentées visant à assurer le respect des règles déontologiques, des normes d'exercice professionnel et des textes légaux et réglementaires applicables.

Responsabilité du commissaire aux comptes

Il nous appartient, sur la base de nos travaux, d'exprimer une conclusion sur les Données sélectionnées. Les conclusions formulées ci-après portent sur ces seules Données et non sur l'ensemble du rapport développement durable 2014 du groupe Air France-KLM.

Nous avons fait appel, pour nous assister dans la

réalisation de nos travaux, à nos experts en matière de RSE.

Nous avons conduit les travaux décrits ci-après conformément aux normes d'exercice professionnelle applicables en France et à la norme internationale ISAE 3000¹.

Assurance modérée

Nature et étendue des travaux

Nous avons mené plusieurs entretiens avec les personnes responsables de la préparation des Données sélectionnées auprès des directions en charge des processus de collecte des Données, afin :

- d'apprécier le caractère approprié des Référentiels au regard de leur pertinence, leur exhaustivité, leur fiabilité, leur neutralité, leur caractère compréhensible, en prenant en considération, le cas échéant, les bonnes pratiques du secteur.

→ de vérifier la mise en place d'un processus de collecte, de compilation, de traitement et de contrôle visant à l'exhaustivité et à la cohérence des Données sélectionnées et prendre connaissance des procédures de contrôle interne et de gestion des risques relatives à l'élaboration des Données. Au niveau de l'entité consolidante, nous avons mis en œuvre des procédures analytiques et vérifiées, sur la base de sondages, les calculs ainsi que la consolidation des Données.

Au niveau d'un échantillon représentatif d'entités que nous avons sélectionnées² en fonction de leur activité, de leur contribution aux indicateurs consolidés, de leur implantation et d'une analyse de risque, nous avons mené des entretiens pour vérifier la correcte application des procédures et pour identifier d'éventuelles omissions et mis en œuvre des tests de détail sur la base d'échantillonnages, consistant à vérifier les calculs effectués et à rapprocher les Données des pièces justificatives. L'échantillon ainsi sélectionné représente 83% des effectifs et entre 31% et 100% des informations quantitatives environnementales.

Nous estimons que les méthodes d'échantillonnage et tailles d'échantillons que nous avons retenues en exerçant notre jugement professionnel nous permettent de formuler une conclusion d'assurance modérée ; une assurance de niveau supérieur aurait nécessité des travaux de vérification plus étendus. Du fait du recours à l'utilisation de techniques d'échantillonnages ainsi que des autres limites inhérentes au fonctionnement de tout système d'information et de contrôle interne, le risque de non-détection d'une anomalie significative dans les Données sélectionnées ne peut être totalement éliminé.

Conclusion

Sur la base de nos travaux, nous n'avons pas relevé d'anomalies significatives de nature à remettre en cause le fait que les Données figurant dans les tableaux « Indicateurs environnementaux » et « Indicateurs sociaux » du rapport développement durable 2014, identifiées par le signe ✓, sont présentées, de manière sincère, conformément aux Référentiels.

Observation

Sans remettre en cause la conclusion ci-dessus, nous attirons votre attention sur la limite méthodologique suivante qui est précisée dans la note méthodologique sur le reporting des indicateurs sociaux : l'indicateur « Nombre de salariés handicapés » n'est pas calculé de la même manière selon les différentes entités du Groupe. Les différentes pratiques constatées dans le calcul de l'indicateur sont explicitées dans la note méthodologique sur le reporting des indicateurs sociaux.

Assurance raisonnable

Nature et étendue des travaux

Concernant les Données sélectionnées par le Groupe et identifiées par le signe √√, nous avons mené des travaux de même nature que ceux décrits dans le paragraphe ci-dessus, mais de manière plus approfondie, en particulier en ce qui concerne le nombre de tests.

L'échantillon sélectionné représente ainsi 91% des Données identifiées par le signe √√.

Nous estimons que ces travaux nous permettent d'exprimer une assurance raisonnable sur les informations sélectionnées par la société et identifiées par le signe √√.

Conclusion

A notre avis, les Données relatives aux indicateurs « Consommation de carburant » et « Émissions de CO₂ » liés aux opérations aériennes, identifiées par le signe √√ dans le rapport développement durable 2014, ont été établies, dans tous leurs aspects significatifs, conformément aux Référentiels.

Paris La Défense, le 14 avril 2015

KPMG S.A.

Jean-Paul Vellutini, Associé
Eric Jacquet, Associé
Philippe Arnaud, Associé, Département Changement Climatique & Développement Durable

Tableau de correspondance des critères GRI4 et du Pacte Mondial

PACTE MONDIAL ADVANCED LEVEL	INDICATEURS GRI4	PAGES	
STRATÉGIE ET ANALYSE			
Critère 19 : Engagement du Président et de la direction dans la RSE	G4-1	Déclaration du PDG sur le développement durable et la stratégie du groupe	Edito p.3 ; Interview p.4
	G4-2	Principaux impacts, risques et opportunités	Contexte du transport aérien p.7
PROFIL DE L'ORGANISATION			
	G4-4	Principaux marques, produits et services	Chiffres clés p. 4 à 7 ; Résultats financiers p.8
	G4-5	Siège social	Contacts p.87
	G4-6	Pays où l'organisation opère	Chiffres clés p.4 et 7
	G4-7	Mode de propriété et la forme juridique	Gouvernance p. 16 ; Actionnaires p.17
	G4-8	Marchés servis	Chiffres clés p.4 à p.7
	G4-9	Taille de l'organisation	Chiffres clés p.4, 5, 8, 56 et 76
	G4-10	Répartition des salariés	Indicateurs sociaux p.76
Critère 8 : Mécanismes de contrôle et d'évaluation pour intégrer les principes liés aux normes du travail	G4-11	Salariés couverts par une convention collective	Objectifs p.54 ; Indicateurs sociaux p.77
Critère 2 : Mise en œuvre des principes du Pacte Mondial dans la chaîne de valeur (PM)	G4-12	Chaîne d'approvisionnement	Expérience client p.42 ; Achats responsables p.46
	G4-13	Changements durant la période de reporting	Pas de changement significatif
	G4-14	Principe de précaution	Sécurité p.18 ; Gestion des risques p.19
	G4-15	Chartes externes, principes et initiatives soutenus	Engagements nationaux et internationaux p.14
Critère 17: Prise de position et engagement en matière de politique publique	G4-16	Affiliations à des associations ou à des organisations de défense des intérêts	Positions publiques p.21 et p.74 ; Développement local p.66, p.68 et p.70
ASPECTS MATÉRIELS ET PÉRIMÈTRE			
Critère 1 : Intégrer les dix principes du Pacte Mondial dans les fonctions stratégiques et les unités opérationnelles	G4-17	Entités incluses dans les états financiers consolidés	Principales filiales du groupe p.82
	G4-18	Procédure pour définir le contenu du rapport	Approche Développement durable p.12
	G4-19	Aspects matériels	Matrice de matérialité p.13
	G4-20 G4-21	Périmètre des aspects au sein et en dehors de l'organisation	Le rapport comprend les données. Le reporting Air France et KLM est fait séparément lorsque cela est pertinent.
	G4-22	Reformulation d'information	Pas de reformulation significative
	G4-23	Changement concernant le champ d'étude et le périmètre	Pas de changement significatif
ENGAGEMENT DES PARTIES PRENANTES			
Critère 21: Engagement des parties prenantes	G4-24	Liste des parties prenantes	Approche Développement durable p.12 ; Dialogue parties prenantes p.74
	G4-25	Identification des parties prenantes	Approche Développement durable p.12
	G4-26	Implication des parties prenantes	Approche Développement durable p.12
	G4-27	Sujets soulevés par l'implication des parties prenantes	Dialogue avec les parties prenantes p.74
PROFIL DU RAPPORT			
	G4-28	Période de reporting	Du 1 ^{er} janvier 2014 au 31 décembre 2014
	G4-29	Rapport le plus récent	Rapport Développement durable 2013 publié le 20 mai 2014
	G4-30	Cycle du reporting	Annuel
	G4-31	Point de contact	Coordonnées p.85
	G4-32	Option de conformité choisie pour l'index GRI4	Critères Essentiels. Certains indicateurs Critères Exhaustifs ont été inclus. Indicateurs vérifiés par un tiers externe p.76 à 81
	G4-33	Vérification externe du rapport	Rapport de l'Organisme Tiers Indépendant p.83

GOVERNANCE			
Critère 1 : Intégrer les dix principes du Pacte Mondial dans les fonctions stratégiques et les unités opérationnelles Critère 20: Adoption par le Conseil d'administration et surveillance de la RSE	G4-34	Structure de la gouvernance	Gouvernance p.16
	G4-35	Délégation de l'autorité pour la RSE	Stratégie Développement durable p.14
	G4-36	Responsables des thèmes environnementaux, sociaux et sociétaux	Stratégie Développement durable p.14
	G4-38	Composition du Conseil d'administration et des comités	Gouvernance p.16
	G4-42	Rôle du Conseil et des cadres dirigeants dans la RSE	Stratégie Développement durable p.14
	G4-44	Évaluation du Conseil selon des critères de RSE	Document de référence Section 1.1.6.
G4-51	Politique de rémunération pour le Conseil et les cadres dirigeants	Gouvernance p.16	
ÉTHIQUE ET INTÉGRITÉ			
Critère 3 : Engagements, stratégies ou politiques précis pour les droits de l'Homme Critère 14 : Mécanismes de contrôle et d'évaluation pour l'intégration des principes d'anti-corruption	G4-56	Code de conduite	Éthique p.20
	G4-57	Helplines et conseils pour les employés	Éthique p.20.
	G4-58	Mécanisme d'alerte	Éthique p.20
ÉCONOMIE			
	g4-dma*	PERFORMANCES ÉCONOMIQUES	RÉSULTATS FINANCIERS P.8
	EC1	Valeur économique directe créée et distribuée	Résultats financiers p.8
	EC2	Risques et opportunités liés au changement climatique	Changement climatique p.28 ; Carburants alternatifs durables p.30
	EC4	Présence du gouvernement dans la structure de l'actionariat	Gouvernance p.16 ; Actionnaires p.17
	g4-dma*	IMPACTS ÉCONOMIQUES INDIRECTS	DÉVELOPPEMENT LOCAL P.65-66 ET 68.
Critère 15 : Contributions du cœur de métier aux objectifs de l'ONU	EC7	Investissements en infrastructures et d'appui	Développement local p.65, 66 et 68.
Critère 16: Investissements stratégiques sociaux et de philanthropie	EC8	Impacts économiques indirects substantiels	Chapitre Développement local p.65 à 68
	g4-dma*	PRATIQUES D'ACHATS	DÉVELOPPEMENT LOCAL P.66
Critère 2 : Principes du PM dans la chaîne de valeur	EC9	Dépenses auprès des fournisseurs locaux	Développement local p.66
ENVIRONNEMENT			
	g4-dma*	MATIÈRES	DÉCHETS P. 34 ; ÉNERGIE ET EAU P. 36
Critère 9 : Engagements, stratégies ou politiques précis dans le domaine du respect de l'environnement Critère 10: Systèmes de management pour intégrer les principes relatifs à la gestion de l'environnement Critère 11: Mécanismes de contrôle et d'évaluation en place pour l'intégration des principes liés à la gestion durable de l'environnement	EN1	Consommation de matières	Indicateurs environnementaux p.78
	EN3	Consommation énergétiques Scope 1	Énergie et eau p.36
	EN6	Réduction de la consommation énergétique	Objectifs p.25 ; Énergie et eau p.36
	g4-dma*	EAU	ÉNERGIE ET EAU P.36
	EN8	Volume d'eau prélevée	Énergie et eau p.36 ; Indicateurs environnementaux p.79
	g4-dma*	BIODIVERSITÉ	BIODIVERSITÉ P.39
	EN12	Impacts substantiels sur la biodiversité	Biodiversité p.39
	EN13	Habitats protégés ou restaurés	Partenariats pour la biodiversité p.39 ; Partenariat WWF-NL p.69
	g4-dma*	ÉMISSIONS	EMPREINTE CARBONE P. 28
	EN15	Émissions directes de gaz à effet de serre (GES)	Empreinte carbone p.28 ; Qualité de l'air p.33
	EN19	Réduction des émissions de GES	Empreinte carbone p.28 ; Qualité de l'air p.33
EN21	NOx, SOx et autres émissions atmosphériques	Empreinte carbone p.28 ; Qualité de l'air p.33	

	g4-dma*	EFFLUENTS ET DÉCHETS	DÉCHETS P. 34
Critère 9 : Engagements, stratégies ou politiques précis dans le domaine du respect de l'environnement Critère 10 : Systèmes de management pour intégrer les principes relatifs à la gestion de l'environnement Critère 11 : Mécanismes de contrôle et d'évaluation en place pour l'intégration des principes liés à la gestion durable de l'environnement	EN23	Déchets par type	Déchets p.34
	EN24	Déversements substantiels	Indicateurs environnementaux p. 78
	EN25	Déchets dangereux	Indicateurs environnementaux p. 78
	g4-dma*	PRODUITS ET SERVICES	APPROCHE EXPÉRIENCE CLIENT P. 42
	EN27	Portée des mesures d'atténuation et de limitation des impacts environnementaux	Changement climatique p.27 ; Empreinte carbone p.28 ; Biocarburant p.30 ; Restauration responsable p.39 ; Expérience client p.42
g4-dma*	ÉVALUATION ENVIRONNEMENTALE DES FOURNISSEURS	ACHATS RESPONSABLES P.46	
	EN32	Évaluation environnementale des nouveaux fournisseurs	Achats responsables p.46
SOCIAL			
	g4-dma*	EMPLOI	UNE POLITIQUE RESPONSABLE P.57 ; INDICATEURS SOCIAUX P.77 ; DOCUMENT DE RÉFÉRENCE SECTIONS 4.1 ET 4.1.1.
	LA1	Nouveaux employés embauchés	Une politique responsable p.57
	g4-dma*	RELATIONS EMPLOYEUR/EMPLOYÉS	DOCUMENT DE RÉFÉRENCE SECTION 4.1.1
Critère 6 : Engagements, stratégies ou politiques précis dans le domaine des normes du travail Critère 7 : Systèmes de management pour intégrer les principes relatifs au travail Critère 8 : Mécanismes de contrôle et d'évaluation pour intégrer les principes liés aux normes du travail	LA4	Délais minimal de préavis en cas de changement opérationnel	Le groupe respecte les législations nationales où il opère
	g4-dma*	SANTÉ ET SÉCURITÉ AU TRAVAIL (SST)	POLITIQUE SOCIALE P. 57
	LA6	Accident, maladies professionnelles, absentéisme, et décès liés au travail	Santé et sécurité au travail p.58
	LA7	Salariés exposés directement et fréquemment à des maladies liées	Santé et sécurité au travail p.58
	LA8	Sujets SST couverts par des accords avec les syndicats	Document de référence Section 4.1.3
	g4-dma*	FORMATION ET ÉDUCATION	UNE POLITIQUE RESPONSABLE P. 57
	LA9	Heures de formation par an	Une politique responsable p. 57
	LA10	Programmes de développement des compétences	Une politique responsable p. 57
	g4-dma*	DIVERSITÉ ET ÉGALITÉ DES CHANCES	ÉGALITÉ DES CHANCES P. 60
	LA12	Composition des instances de gouvernance et critères de diversité	Gouvernance p 16 ; Indicateurs sociaux p.76
Critère 2 : Principes du PM dans la chaîne de valeur	LA14	Nouveaux fournisseurs évalués selon des critères de diversité	Achats responsables p.46
	g4-dma*	NON-DISCRIMINATION	ÉGALITÉ DES CHANCES P.60
Critère 4 : Systèmes de management en place pour intégrer les principes des Droits de l'Homme Critère 5 : Mécanismes de contrôle et d'évaluation pour l'intégration des principes liés aux droits de l'Homme	HR4	Liberté d'association et à l'appartenance syndicale	Éthique p.20 ; Achats responsables p.46
	HR9	Evaluations en matière de Droits de l'Homme	Achats responsables p.46
	g4-dma*	COMMUNAUTÉS LOCALES	DÉVELOPPEMENT LOCAL P.66, 69 ET 70
Critère 18 : Partenariats et action collective	SO1	% de site ayant une participation des communautés locales	Développement local p.66, 69 et 70
	g4-dma*	LUTTE CONTRE LA CORRUPTION	ÉTHIQUE P.20
Critère 12 : Engagements, stratégies ou politiques pour l'anti-corrupcion Critère 13 : Systèmes de management pour intégrer la lutte contre la corruption	SO4	Communication et formation pour la lutte contre la corruption	Éthique p.20
	SO9	Nouveaux fournisseurs évalués selon leurs impacts sociétaux	Achats responsables p.46
Critère 2 : Principes du PM dans la chaîne de valeur			
	g4-dma*	ÉTIQUETAGE DES PRODUITS ET SERVICES	
	PR5	Résultats des enquêtes de satisfaction client	Dialogue client p.44

* DMA: Description de l'approche managériale

Intégration dans les indices extra-financiers et classement 2014

Air France-KLM est évalué chaque année par les principales agences de notation extra-financière internationales, dont RobecoSAM, Vigeo, Eiris et Oekom Research.

Pour la 10^e année consécutive, le groupe est intégré dans les indices Dow Jones Sustainability Indexes (DJSI World et DJSI Europe) et est classé leader du secteur « Compagnies aériennes » par RobecoSAM. De plus, pour la 6^e année, Air France-KLM a été classé leader du secteur « Transports » qui regroupe les entreprises de transport aérien, routier et maritimes ainsi que les activités aéroportuaires. Cette distinction consacre le groupe comme l'une des 24 entreprises les plus responsables au monde chacune dans leur secteur d'activité. Grâce à ses performances, le groupe conserve son classement dans l'indice FTSE4 Good Index Series, dans les indices Vigeo (World 120, Europe 120, Eurozone 120 et France 20) et dans l'indice Ethibel Sustainable Index (ESI Excellence Europe). Oekom Research a attribué le statut « Prime » à Air France-KLM.



Document édité par

Air France

Direction Environnement et Développement durable
45, rue de Paris
95 747 Roissy-CDG cedex
France

KLM Royal Dutch Airlines

CSR Office
Postbus 7700
1117 ZL Schiphol
The Netherlands

Pour plus d'informations, visitez :

<http://corporate.airfrance.com> et www.klmtakescare.com

Si vous le souhaitez, vous pouvez nous contacter directement :

mail.developpementdurable@airfrance.fr et csr@klm.com

Conception, rewriting et réalisation : BETC Content – Direction artistique et Infographies : Katkar

Exécution et gravure : La Compagnie Des Couleurs – Couverture : Havas Worldwide Paris

Crédits photos : Photothèques Air France, Servair et KLM, Joël Raveloson/ WWF-MWIOPO,

Photo/UNICEF, Bilum, Photo/Etc Terra, Corbis/Hollandse Hoogte, Monireth

Crédit photo de l'illustration : We are Ted

Dans le cadre de la démarche de développement durable du groupe, nous avons choisi, pour l'impression de ce rapport, les procédés les plus respectueux de l'environnement à tous les stades de la réalisation et un papier certifié PEFC. Le rapport est imprimé par La Galiote-Prenant.



AIRFRANCE KLM

www.airfranceklm.com