

- Gouvernance
- Environnement
- Société



# Engagés

- Empreinte  
environnementale
- Expérience  
client
- Politique  
sociale
- Développement  
des territoires



# 20 12

RAPPORT  
DÉVELOPPEMENT DURABLE

AIRFRANCE KLM

## Sommaire

- 03 > Éditorial
- 04 > Entretien croisé
- 07 > Résultats financiers
- 08 > Contexte du transport aérien
- 09 > Atouts d'Air France-KLM
- 10 > Le développement durable en 2012



### Gouvernance

- 14 > Notre approche développement durable
- 16 > Parties prenantes
- 18 > Organisation
- 19 > Actionnaires
- 20 > Sécurité
- 21 > Gestion des risques
- 22 > Éthique
- 23 > Positions publiques

### Environnement

- 26 > Réduire notre empreinte environnementale
- 28 > Notre empreinte en 2012
- 30 > Changement climatique
- 31 > Empreinte carbone
- 32 > Carburants alternatifs durables
- 34 > Bruit
- 35 > Qualité de l'air
- 36 > Déchets, eau et énergie
- 38 > Recherche et innovation
- 39 > Biodiversité

### Société

- 42 > Intégrer le développement durable dans l'expérience client
- 52 > Promouvoir une politique de ressources humaines responsable
- 60 > Contribuer au développement des territoires

### Annexes

L'année 2012 a été marquée par le ralentissement de la croissance économique mondiale et par la forte volatilité des marchés, particulièrement en Europe. Après quatre années de crise, le transport aérien européen est fragilisé.

Pour Air France-KLM, cette année a été celle de la restauration de nos fondamentaux, préfigurant le redressement du groupe. Notre cadre social a été rénové, de nouveaux projets industriels ont été décidés pour chacun de nos métiers, nos coûts ont été réduits et notre situation financière améliorée. La discipline dans la gestion de nos capacités ainsi que la maîtrise de nos investissements et de nos coûts seront poursuivies en 2013, une année cruciale pour la réussite du plan de transformation du groupe, Transform 2015, et le retour à la rentabilité. C'est grâce à la mobilisation de tous les acteurs de l'entreprise que nous retrouverons le chemin d'une croissance rentable et durable.

Les grandes compagnies européennes doivent conforter leur place dans le paysage aérien mondial, face à la concurrence des low-costs, des compagnies du Golfe et des pays émergents, dans un contexte de consolidation régionale du secteur. En Europe, ce mouvement de consolidation, débuté en 2004 par le rapprochement d'Air France et de KLM, est quasiment achevé. Aujourd'hui trois grands groupes opèrent en Europe, comme aux États-Unis. L'étape suivante dépendra de l'évolution du cadre réglementaire international vers une multiplication des accords de ciel ouvert.

Activité à dimension mondiale par nature, la mission du transport aérien est de relier durablement les hommes, les économies et les cultures ; c'est un moteur de croissance économique et de développement social. À cet égard, Air France-KLM dispose d'atouts décisifs. S'appuyant sur sa flotte moderne et sur la taille de son réseau, notre groupe est le plus présent sur les marchés émergents. Plus de 60% de notre offre long-courrier est destinée aux marchés en croissance. Nous avons renforcé nos partenariats avec les membres de l'alliance SkyTeam et débuté une coopération avec la compagnie Etihad.

Notre groupe est également reconnu pour ses performances en matière de développement durable. Un engagement sociétal et environnemental dont nous avons fait une force, au cœur de

notre stratégie. Nous assumons nos responsabilités et agissons pour concilier croissance et respect de l'environnement. Nous contribuons au développement des territoires où nous sommes implantés et que nous desservons. En 2012, l'indice Dow Jones Sustainability Index a classé Air France-KLM parmi les 19 entreprises les plus responsables au monde.

Cette distinction nous encourage à jouer un rôle moteur au sein de notre secteur. Pour atteindre les objectifs de réduction des émissions de gaz à effet de serre de l'aviation civile, le groupe soutient, dans le cadre de IATA et de l'OACI, la définition d'une approche globale, garantissant l'équité entre toutes les compagnies aériennes. Nous contribuons aussi à la recherche et à l'innovation, notamment en faveur de la production de biocarburants durables.

Fier du chemin parcouru, je renouvelle aujourd'hui notre engagement d'entreprise responsable, affirmé par notre adhésion au Pacte mondial des Nations unies et décliné dans notre Déclaration de responsabilité sociale et dans notre Charte sociale et éthique.

“ C'est grâce à la mobilisation de tous les acteurs de l'entreprise que nous retrouverons le chemin d'une croissance rentable et durable. ”

JEAN-CYRIL SPINETTA,  
Président Directeur général du groupe Air France-KLM



Alexandre de Juniac, Président Directeur général d'Air France  
et Peter Hartman, Président du Directoire de KLM.

# Le groupe en 2012 et les perspectives pour les années à venir

**L'année 2012 a été celle de la mise en œuvre du plan Transform 2015. Pouvez-vous revenir sur les grandes étapes qui ont jalonné son déploiement ?**

**Alexandre DE JUNIAC**— Début 2012, face à des résultats négatifs, le conseil d'administration d'Air France-KLM a défini trois priorités : la restauration de la compétitivité impliquant la réduction des coûts, la restructuration de l'activité court et moyen-courrier et la réduction rapide de l'endettement.

Le groupe a lancé un plan de transformation qui doit lui permettre, dans les trois années à venir, de restaurer sa compétitivité. Ce plan comprend deux phases. La première, annoncée en janvier 2012, s'est traduite par la mise en œuvre de mesures de réduction des coûts, d'application immédiate. La seconde, présentée en juin 2012, vise à transformer le groupe, par une réforme profonde de son organisation et de ses méthodes de travail. Cette seconde phase s'est traduite par la négociation de nouveaux accords collectifs et par la mise en œuvre des projets industriels.

**Peter HARTMAN**— Durant toute l'année 2012, Air France et KLM ont travaillé conjointement à la mise en œuvre concrète du plan Transform 2015. Chaque compagnie a passé en revue toutes ses

activités et ses processus et a défini des orientations stratégiques pour répondre de la manière la plus adaptée aux enjeux.

Chez KLM comme chez Air France, nous avons veillé au respect de trois principes sur lesquels repose la réussite du plan Transform 2015 : l'équité entre tous les personnels, le maintien de nos investissements pour la sécurité des vols et des conditions de travail, et le souci permanent de l'amélioration de la qualité du service offert à nos clients.

**Transform 2015 comporte un volet social, comment a-t-il été mis en œuvre ?**

**Alexandre DE JUNIAC**— Pour restaurer la compétitivité de la compagnie et pour lui redonner les moyens d'une croissance durable et rentable, nous avons lancé un processus de négociation, inscrit dans une dynamique de dialogue social permanent. Débutées au printemps 2012, ces négociations avaient pour objectif de mettre en œuvre les mesures nécessaires pour améliorer de 20% notre efficacité économique. En contrepartie, Air France s'est engagée à préserver le périmètre d'activités de la compagnie, à ne recourir à aucun départ contraint et à ne pas baisser les salaires.

Ces négociations se sont conclues par la signature d'un nouvel accord collectif pour chacune des catégories de personnel : personnel au sol, personnel navigant technique et personnel navigant commercial.

Suite à ces signatures, et conformément à son engagement, Air France a mis en œuvre les modalités de gestion du sureffectif, en proposant aux salariés un plan de départs volontaires et des mesures pour encourager notamment le temps partiel. Estimés à fin mars 2013, les objectifs du plan qui allie départs volontaires et mesures complémentaires, sont globalement atteints.

**Peter HARTMAN**— Pour KLM, les objectifs du volet social de Transform 2015 doivent permettre d'améliorer la productivité et de réduire de 10% les effectifs des fonctions support. Fin 2012, de nouveaux accords collectifs ont été signés avec les organisations syndicales.

Les mesures adoptées, notamment le gel des salaires et l'augmentation des jours travaillés pour l'ensemble des personnels, visent à diminuer la masse salariale tout en préservant l'emploi, «*Keeping the family together*». En facilitant la mobilité et le passage temporaire à temps partiel, KLM s'est engagée, dans le cadre de cet accord, à ne procéder à aucun départ contraint.

La mobilité professionnelle au sein de l'entreprise est restée une priorité en 2012. Elle permet d'acquérir de nouvelles compétences et développe ainsi l'employabilité des collaborateurs.

**L'activité moyen-courrier a été profondément restructurée à Air France, pouvez-vous nous en présenter les grandes lignes ?**

**Alexandre DE JUNIAC**— Dans un environnement économique incertain et face à une concurrence toujours plus rude, Air France a repris l'offensive et adapté son offre aux nouvelles tendances du voyage. La restructuration du court et moyen-courrier, activité



fortement déficitaire, est un des volets majeurs de Transform 2015. C'est en effet un socle indispensable au développement d'Air France-KLM car il répond à la fois à la demande des passagers pour leurs déplacements intra-européens et permet d'alimenter les vols long-courriers sur les deux hubs de Paris-CDG et d'Amsterdam-Schiphol. Le groupe Air France a organisé l'activité court et moyen-courrier autour de trois pôles complémentaires. Pour l'activité opérée par Air France, nous avons amélioré l'offre et adapté la politique tarifaire.

Les activités de la compagnie loisirs Transavia France ont été développées vers de nouvelles destinations. Enfin, nous avons créé la nouvelle marque HOP!, née de la synergie de trois compagnies régionales françaises du groupe Air France – Brit Air, Régional et Airlinair. Notre réseau moyen-courrier entre dans une phase de réorganisation en profondeur. La segmentation de cette activité entre Air France, HOP! et Transavia permettra de mieux répondre aux besoins de tous nos clients.

“  
**Au-delà de participer à la création d'un marché de biocarburants durables et de montrer la voie, nous avons l'objectif d'encourager les autres entreprises à nous rejoindre pour faire de l'aviation un secteur plus responsable.**”

**PETER HARTMAN**,  
Président du Directoire de KLM

**La satisfaction du client est au cœur de la stratégie commerciale d'Air France et de KLM. Quelles sont les évolutions prévues ?**

**Alexandre DE JUNIAC**— Pour une entreprise de services, le principal objectif est de satisfaire ses clients. C'est pourquoi les mesures que nous avons mises en place, et que nous poursuivons en 2013, se traduiront très concrètement par une amélioration de notre offre, avec l'objectif d'en faire une référence mondiale.

Sur le réseau long-courrier, Air France applique les axes stratégiques définis dans le cadre du plan Transform 2015 et entend gagner en efficacité économique. La croissance est ainsi ciblée sur les zones à fort potentiel et s'articule principalement autour de l'ouverture de nouvelles lignes, comme Montevideo, Kuala Lumpur et Minneapolis et l'augmentation des fréquences vers Bangkok, Canton, Libreville, Abidjan ou La Havane.

Avec plusieurs millions d'euros d'investissements dans notre classe Affaires, nous avons entamé une rénovation complète de notre produit, tant pour le confort à bord que pour l'accueil au sol de nos passagers.

Nous avons aussi mis en place un nouveau plan de formation pour inscrire la signature de la compagnie au cœur du service et nous recentrer sur nos cinq fondamentaux : personnaliser, valoriser, porter attention, avoir le sens du détail, oser. Orientation client, réactivité et travail

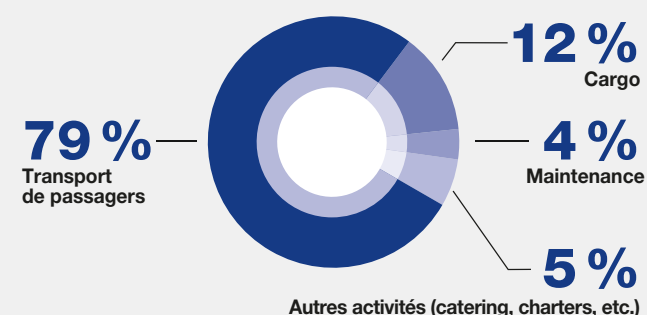
# Résultats financiers 2012

Chiffre d'affaires  
**25 633 m€**

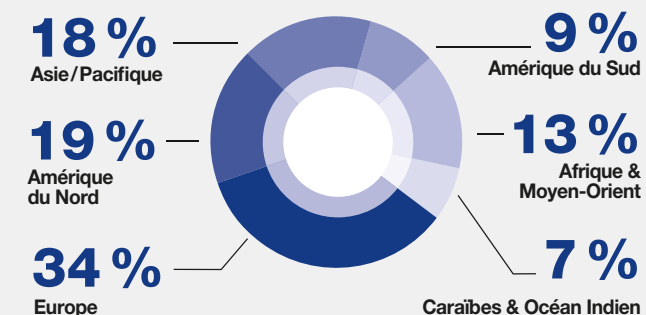
Résultat d'exploitation  
**-300 m€**

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<sup>er</sup> janvier au 31 décembre 2012, le chiffre d'affaires consolidé s'élève à 25,63 milliards d'euros, en augmentation de 5,2% par rapport à l'exercice précédent. Le résultat d'exploitation courant est négatif de 300 millions d'euros (-353 millions d'euros au 31 décembre 2011).

## RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ EN 2012 (en pourcentages)

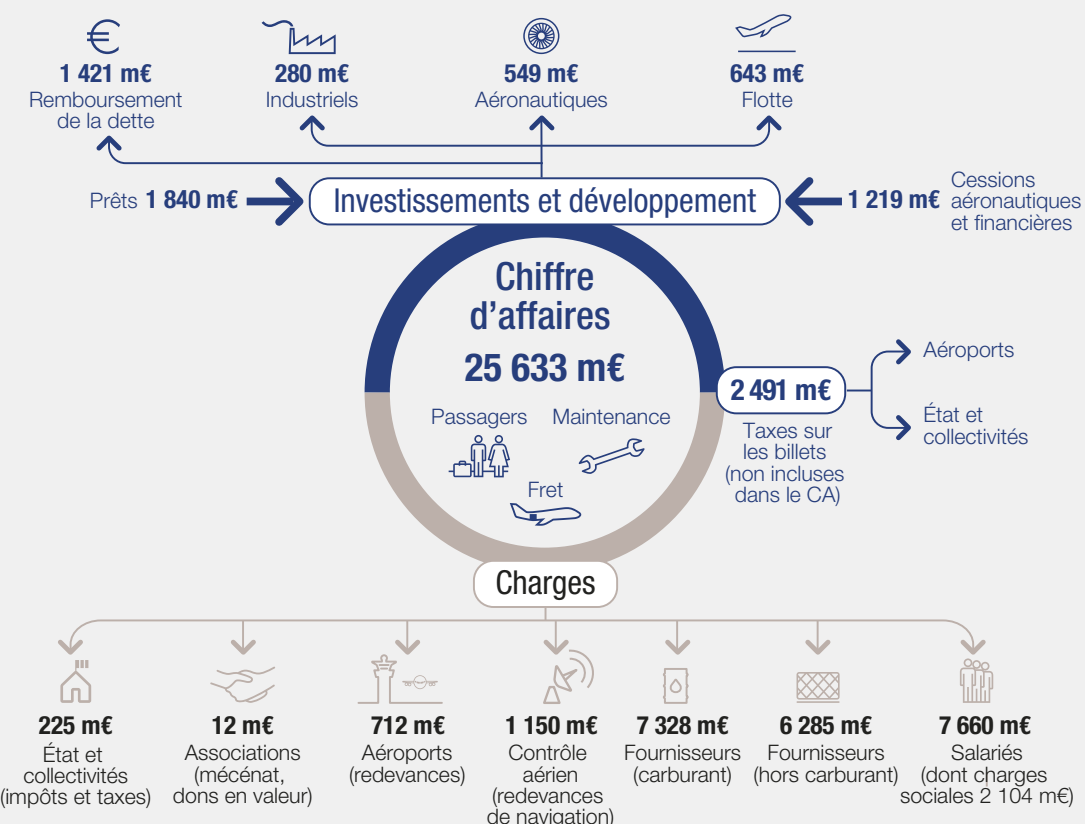


## RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES PASSAGERS PAR RÉSEAU EN 2012 (en pourcentages)



## 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.



en équipe sont les principes qui nous ont guidés dans ces démarches. Elles ont vocation à favoriser le déploiement de Transform 2015 et l'atteinte de ses objectifs de retour à la compétitivité et de remontée en gamme de nos produits et services.

**Peter HARTMAN** — En 2012, KLM a poursuivi le développement de son réseau autour du hub d'Amsterdam-Schiphol, tant en Europe que sur les marchés en expansion comme l'Asie et l'Amérique du Sud. Nous prévoyons d'augmenter notre offre sur les vols long-courriers grâce à l'utilisation plus efficace de notre flotte et au déploiement d'avions plus récents.

Nous devons nous adapter, faire preuve de flexibilité et tirer profit des nouvelles opportunités économiques. Des services personnalisés et centrés sur le client deviennent prépondérants dans l'industrie aérienne. Dans ces domaines nous jouons déjà un rôle majeur, une position que nous entendons bien conserver.

Nous avons poursuivi les investissements dans notre service d'assistance sur les médias sociaux, disponible 24h/24, pour encore mieux répondre aux besoins de nos clients. La prochaine étape sera le lancement, à partir de juillet 2013, de notre nouvelle classe Affaires long-courrier, conçue par un célèbre designer hollandais. Les critères du développement durable ont été pris en compte dans ce nouveau concept.

**KLM a réalisé cette année le vol le plus long au biocarburant. Pouvez-vous revenir sur cet événement et sur le lancement du programme BioFuel ?**

**Peter HARTMAN** — Le développement durable fait partie intégrante de notre stratégie. Dans un contexte de forte augmentation des prix des combustibles fossiles, le changement climatique et les énergies renouvelables représentent un défi considérable. À moyen et long terme, un recours significatif aux biocarburants alternatifs durables est essentiel.

Notre approche des biocarburants se concentre sur le développement d'une véritable filière pour les biocarburants durables avec nos partenaires, le secteur du transport aérien, le gouvernement et nos clients.

Depuis 2008, nous invitons nos clients à investir dans des projets d'énergies renouvelables, en compensant les émissions de CO<sub>2</sub> de leur vol. Dans le cadre du programme KLM BioFuel lancé en 2012, nous proposons à nos clients corporate de réaliser une partie de leurs voyages avec du biocarburant durable. Au-delà de participer

à la création d'un marché de biocarburants durables et de montrer la voie, nous avons l'objectif d'encourager les autres entreprises à nous rejoindre pour faire de l'aviation un secteur plus responsable.

C'est dans cet esprit que, le 19 juin 2012, nous avons réalisé le vol le plus long avec du biocarburant durable en reliant Amsterdam à Rio de Janeiro, à l'occasion de la conférence des Nations unies sur le développement durable, Rio+20. Je suis persuadé que les biocarburants durables sont là pour longtemps!

**Dans ce contexte difficile, quel rôle la responsabilité sociétale d'entreprise peut-elle jouer dans la stratégie du groupe ?**

**Peter HARTMAN** — La prise en compte des impacts environnementaux et sociaux dans notre activité est une condition nécessaire de notre développement futur. L'engagement du groupe en faveur du développement durable reflète à la fois notre engagement d'entreprise responsable et notre capacité à nous adapter aux évolutions nouvelles auxquelles nous faisons face.

Mobilisés sur quatre enjeux-clés, nous continuons à réduire notre empreinte environnementale, proposer à nos clients un service de qualité et des produits innovants, promouvoir une politique sociale responsable et apporter notre contribution aux territoires que nous desservons. Conscients de notre responsabilité et des enjeux dans lesquels s'inscrit notre développement, nous avons l'ambition d'être une référence en matière de responsabilité sociétale d'entreprise, en travaillant avec l'ensemble de nos parties prenantes.

**Alexandre DE JUNIAC** — Le transport aérien reste un formidable vecteur de développement, à la fois autour de nos bases principales et pour

toutes nos destinations. Air France et KLM sont des acteurs économiques majeurs sur leurs territoires et jouent un rôle prépondérant dans le développement de l'activité économique. Air France est le premier employeur privé de la région Île-de-France, avec 44 000 salariés principalement répartis entre Paris-Charles de Gaulle et Paris-Orly. Nous contribuons à l'aménagement du territoire, grâce aux dessertes opérées par Air France et par nos compagnies régionales. Nous sommes aussi un acteur important en matière industrielle, avec 9 000 emplois de très haute qualification dans la maintenance. Air France Industries KLM Engineering & Maintenance est le numéro deux mondial de la maintenance industrielle, un secteur en forte expansion.

**Le Conseil d'administration du groupe vous a désigné pour succéder à Jean-Cyril Spinetta; vous deviendrez donc président-directeur général d'Air France-KLM à compter du 1<sup>er</sup> juillet 2013.**

**Alexandre DE JUNIAC** — Mon nouveau rôle en tant que président-directeur général du groupe sera de continuer le redressement d'Air France-KLM, en développant les forces spécifiques de chaque compagnie, tout en allant vers une nouvelle phase de construction du groupe. Nous n'avons pas le droit à l'échec. Notre plan Transform 2015 est sur la voie du succès, la majorité des projets sont en cours de déploiement. Notre priorité dans les années à venir sera de dégager des marges de manœuvre financières pour avoir les moyens de remonter sur le podium mondial dans tous les domaines et continuer à investir dans nos produits et services, dans notre flotte et dans la formation. Il faut qu'Air France-KLM soit un acteur majeur de la consolidation mondiale qui s'esquisse. ●

→ Le 25 mars 2013, Jean-Cyril Spinetta a annoncé sa décision de quitter ses fonctions de président-directeur général et d'administrateur d'Air France-KLM au 1<sup>er</sup> juillet 2013. À cette date, Alexandre de Juniac lui succédera et Frédéric Gagey sera nommé président-directeur général d'Air France. Leo van Wijk quittera également ses fonctions de directeur général délégué d'Air France-KLM au 1<sup>er</sup> juillet 2013 mais restera administrateur. Peter Hartman, qui sera remplacé par Camiel Eurlings en tant que président du Directoire de KLM au 1<sup>er</sup> juillet 2013, sera nommé vice-président du Conseil d'administration d'Air France-KLM.

# Contexte du transport aérien

## Économie du secteur

→ Vecteur des échanges et du commerce international, le transport aérien est une industrie fortement cyclique et hautement concurrentielle. Dans la chaîne de valeur, les compagnies réalisent les marges opérationnelles les plus faibles alors qu'elles encourent potentiellement les risques les plus élevés.

## Libéralisation et consolidation

→ La libéralisation de l'espace aérien mondial se met en place lentement, certaines régions progressant plus vite que d'autres. Le mouvement de consolidation se poursuit à travers des fusions, alliances et accords de partenariats. À l'instar de ce qui s'est produit aux États-Unis, ce mouvement de consolidation devrait permettre aux compagnies européennes d'améliorer leurs performances.

## Changement climatique

→ La contribution du transport aérien aux émissions de gaz à effet de serre d'origine humaine est de 2% environ. Le changement climatique représente un défi considérable, dans un contexte de raréfaction des ressources et de forte volatilité des prix du pétrole. L'utilisation de carburants alternatifs durables est essentielle. La collaboration de l'ensemble du secteur et de ses partenaires est indispensable pour réduire les émissions de l'aviation, grâce à l'utilisation de nouvelles technologies, à l'optimisation des opérations, à l'amélioration des infrastructures et à la mise en œuvre de mesures économiques de marché.

## Nouveaux comportements des clients

→ Les modifications observées dans le comportement des clients depuis quelques années semblent structurelles. Tout en mettant le prix au centre de leurs préoccupations, ils sont mieux informés et sensibles à la valeur du service proposé. Leurs besoins sont également plus personnalisés et, grâce à internet et aux médias sociaux, les clients attendent une réponse de plus en plus rapide.

## Réglementation

→ Les compagnies aériennes opèrent dans un cadre réglementaire de plus en plus contraignant, notamment en matière de protection du consommateur et de sûreté, avec des réglementations toujours plus coûteuses pour le transporteur. À la différence du transport ferroviaire, le secteur aérien couvre lui-même la totalité de ses coûts d'infrastructures, ainsi que ceux relatifs à la sûreté et à la sécurité des vols.

## Croissance structurelle

→ En dépit des progrès des nouvelles technologies, le besoin de contact humain pour des raisons professionnelles ou personnelles reste intact. Au-delà des aléas conjoncturels, l'industrie du transport aérien peut s'appuyer sur une croissance structurelle de l'ordre de 4 à 5% par an, qui devrait se maintenir sur les vingt années à venir (voir Document de référence 2012, page 34). Cette croissance sera plus forte en Asie, avec une demande de transport aérien croissante vers les mégapoles et les marchés émergents.

## Vision 2050

→ L'Association Internationale du Transport Aérien (IATA) estime qu'en 2050 l'aviation transportera 16 milliards de passagers et 400 millions de tonnes de marchandises. La mise en œuvre de technologies responsables, l'optimisation des infrastructures et une réponse adaptée aux attentes des clients seront indispensables pour l'atteinte de cet objectif.

# Atouts d'Air France-KLM



**77,4 millions**  
de passagers

**1,4 million**  
de tonnes de fret

**100 744**  
collaborateurs (ETP)

## Réseau

→ Air France-KLM offre le réseau le plus important entre l'Europe et le reste du monde, articulé autour de deux hubs coordonnés, Paris-CDG et Amsterdam-Schiphol. Le double réseau est l'un des piliers de la stratégie du groupe. S'appuyant sur la coordination du trafic européen et domestique avec les vols intercontinentaux, il permet de proposer à ses clients de nombreuses fréquences, tout en exploitant un nombre limité de destinations communes.

## Flotte

→ Air France-KLM investit de manière continue dans de nouveaux avions. Le groupe exploite une flotte moderne et rationalisée : 573 avions en exploitation, âge moyen 9,9 ans.

## SkyTeam

→ Air France et KLM sont membres de SkyTeam, 2<sup>e</sup> alliance mondiale : 19% de parts de marché, 19 compagnies membres et plus de 1000 destinations desservies dans 187 pays. Avec l'entrée de Xiamen Airlines et de Aerolineas Argentinas, SkyTeam est désormais la première alliance en Chine et se place dans une situation très favorable en Amérique latine.

En optimisant les synergies entre chacun de ses membres, SkyTeam renforce l'offre du groupe en termes de réseau et de services, tels que le partage des programmes de fidélité ou les services au sol pour les passagers comme SkyPriority.

# Le développement durable en 2012



**CHIFFRES CLÉS**

**-31%**  
réduction de l'indicateur bruit global depuis 2000

**-15%**  
réduction de la consommation de carburant par passager/100 km depuis 2000

➔ Pour en savoir plus, voir p. 30 à 34



## Leader DJSI 2012

Pour la 8<sup>e</sup> année consécutive, Air France-KLM est classé leader du secteur aérien par les indices Dow Jones Sustainability Index. Pour la 4<sup>e</sup> année, le groupe est en tête du secteur élargi « Voyage et loisirs ».

➔ Pour en savoir plus, voir p.79

## KLM BioFuel Program

Lancé en 2012, le programme BioFuel permet aux clients corporate de réaliser une partie de leurs voyages avec du biocarburant, et de soutenir ainsi le développement des biocarburants durables.

➔ Pour en savoir plus, voir p.33

## Le vol le plus long au biocarburant

Le 19 juin 2012, KLM a effectué un vol entre Amsterdam et Rio de Janeiro, sur un appareil alimenté partiellement en biocarburant produit à partir d'huiles de cuisson usagées. C'est par ce vol que les représentants du gouvernement néerlandais se sont rendus au Sommet Rio+20 sur le changement climatique.

➔ Pour en savoir plus, voir p. 32



## Une nouvelle vie pour les uniformes

Les uniformes d'Air France sont recyclés et transformés en fibre isolante pour véhicules. Les gilets de sauvetage périmés sont utilisés pour fabriquer des trousseaux de voyage. Un designer hollandais a créé un sac à main réalisé à partir d'uniformes recyclés de KLM.

➔ Pour en savoir plus, voir p.36

## De nouveaux produits et services responsables à bord

➔ 18 nouveaux produits responsables dans l'offre à bord de KLM, par exemple du café certifié UTZ et du poulet labellisé « *Beter leven* ».

➔ Air France, avec sa filiale de catering Servair, privilégie les produits locaux et de saison en France et dans les escales à l'international, et propose des produits bio et labellisés.

➔ Pour en savoir plus, voir p.51



## S'engager en faveur de l'alternance

Air France a renforcé son engagement en faveur de l'alternance en doublant le nombre d'apprentis : 1 000 alternants accueillis en 2012.

➔ Pour en savoir plus, voir p.55



## Signatures de service

Air France a engagé la formation de 11 000 personnels navigants, 1 300 personnels au sol et managers à Paris-CDG, pour fédérer autour de la même vision du service.

➔ Pour en savoir plus, voir p.47

## Un nouveau cadre conventionnel

Pour atteindre les objectifs du Plan Transform 2015, Air France et KLM ont signé de nouveaux accords collectifs avec toutes les catégories de personnel.

➔ Pour en savoir plus, voir p.54

## Sécurité: une formation en ligne pour tous

En 2012 tous les salariés de KLM ont été invités à suivre une formation en ligne sur la sécurité. Un accent particulier a été porté sur des conditions de travail sûres pour tous, sur la sécurité des vols et sur le bien-être au travail.

➔ Pour en savoir plus, voir p.56



## KLM Takes Care

Lancement de la nouvelle plateforme en ligne KLM Takes Care pour informer et échanger avec les clients sur des thèmes du développement durable.

➔ Pour en savoir plus, voir p.47

## Formation e-learning RSE

2000 salariés du groupe ont déjà suivi la formation.

➔ Pour en savoir plus, voir p.59

## Achats du groupe auprès du secteur protégé

15 millions d'euros

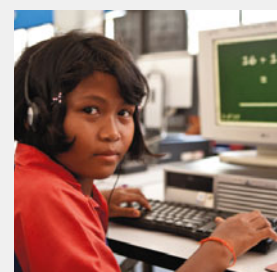
➔ Pour en savoir plus, voir p.49



## L'innovation est l'affaire de tous

Des démarches d'innovations participatives se développent à Air France à l'exploitation sol, au cargo ou encore auprès des personnels navigants commerciaux. En 2012, 5000 suggestions ont été proposées à Air France Industries, première entité à avoir lancé cette démarche.

➔ Pour en savoir plus, voir p.59



## Des projets solidaires dans nos destinations

12 millions d'euros alloués en 2012 par le groupe à des projets sociaux et environnementaux.

➔ Pour en savoir plus, voir p.67



## 20<sup>e</sup> anniversaire de la Fondation Air France

En 20 ans, la Fondation a soutenu 856 projets dans 80 pays. Plus de 2 200 salariés d'Air France se mobilisent et participent au réseau des Amis de la Fondation.

➔ Pour en savoir plus, voir p.66

# *Gouvernance*



# Notre approche développement durable

La politique de développement durable d'Air France-KLM s'inscrit dans le respect des droits fondamentaux tels que définis par les grands principes internationaux : la déclaration universelle des droits de l'Homme, la déclaration relative aux principes et droits fondamentaux au travail de l'Organisation Internationale du Travail et les principes directeurs de l'Organisation de Coopération et de Développement Economiques.

## Tenir nos engagements

Air France-KLM a pour ambition d'être une référence en matière de responsabilité sociétale d'entreprise (RSE) et entend maintenir sa position de leader au sein du transport aérien.

Dans sa Déclaration de responsabilité sociale, le groupe définit son engagement en faveur du respect de l'environnement, de l'équité sociale et du développement local. Un engagement renforcé par le Plan Climat et la Charte sociale et éthique.

## Adhérer aux engagements nationaux et internationaux

Air France-KLM adhère depuis 2003 au Pacte mondial des Nations Unies et s'engage à respecter ses 10 principes relatifs aux droits de l'Homme, aux droits du travail, à l'environnement et à la lutte contre la corruption (voir la liste des principes p. 78). Le groupe s'attache à promouvoir cet engagement auprès de ses partenaires, notamment à travers sa charte de développement durable pour les fournisseurs.

Air France est signataire de Caring for Climate, initiative portée par le Pacte mondial et par le Programme des Nations Unies pour l'Environnement.

Depuis 2007, KLM travaille en partenariat avec le WWF-Pays-Bas pour un transport aérien plus responsable par l'amélioration de l'efficacité énergétique et le développement de biocarburants durables.

Le groupe soutient aussi des engagements nationaux. Par exemple, Air France est signataire de la charte de la diversité, de la charte d'engagement des entreprises au service de l'égalité des chances dans l'Éducation nationale, et de la charte de la parentalité. 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.

## Intégrer le développement durable dans nos activités et nos opérations

Air France-KLM a pour objectif d'intégrer le développement durable au cœur de sa stratégie d'entreprise. Cet engagement est porté par les instances de direction et partagé avec l'ensemble des personnels, encouragés à participer au développement de démarches innovantes. Chaque année, dans le cadre d'un « *Group Strategic Framework* », le Comité exécutif définit la stratégie de développement durable. Le Conseil d'administration approuve ces orientations lors de la réunion annuelle consacrée à la stratégie du groupe.

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 par un membre du Directoire. En outre, le Conseil de développement durable réunit des directeurs et managers chargés de soumettre des suggestions au Directoire et au Comité exécutif de KLM.

Les directions du développement durable d'Air France et de KLM définissent le contenu de la politique et en garantissent la mise en œuvre dans chaque compagnie.

## Assumer nos responsabilités

Pour répondre aux attentes des parties prenantes et mettre en œuvre une gestion des risques appropriée dans le cadre de sa politique de développement durable, Air France-KLM a identifié 4 enjeux clés liés à l'environnement, à ses clients et fournisseurs, à ses salariés et aux territoires desservis.



“ Air France-KLM a pour objectif d'intégrer le développement durable au cœur de sa stratégie d'entreprise. ”

Le groupe travaille en collaboration avec l'ensemble des parties prenantes pour :

- atteindre un équilibre durable entre la croissance de l'aviation et son empreinte environnementale globale ;
- prendre en compte les enjeux du développement durable tout au long de la chaîne de service, pour offrir aux clients des produits et services innovants et responsables ;
- promouvoir une politique sociale responsable et encourager le développement personnel pour garantir la motivation et le professionnalisme des salariés ;
- contribuer au développement économique et social des territoires où il opère.

Pour ces 4 enjeux clés, le groupe fixe des objectifs généraux, intégrés aux objectifs de chaque compagnie (voir pages 27, 43, 53 et 61).

Chez Air France, le Conseil de direction est consacré 2 fois par an à la revue de direction « Qualité Sécurité Environnement ». Chez KLM, le Comité Sécurité et Qualité contrôle tous les 3 mois les indicateurs environnementaux des directions. Une fois par an, ces résultats sont examinés par le Comité exécutif qui définit les nouveaux objectifs.

La rémunération des dirigeants et des managers d'Air France et de KLM comprend une part variable fondée sur des indicateurs de performance prenant en compte des facteurs environnementaux et sociaux. Il s'agit de la sécurité au travail pour les directions opéra-

tionnelles, et du taux de conformité RSE et du recours au secteur protégé pour la direction des achats.

La définition des plans d'action environnementaux s'appuie sur la norme ISO 14001. Air France et KLM sont certifiées pour l'ensemble de leurs installations en France et aux Pays-Bas, et à bord de leurs avions. Des audits internes et externes sont effectués régulièrement. En 2012, la certification environnementale de KLM a été renouvelée pour 3 ans.

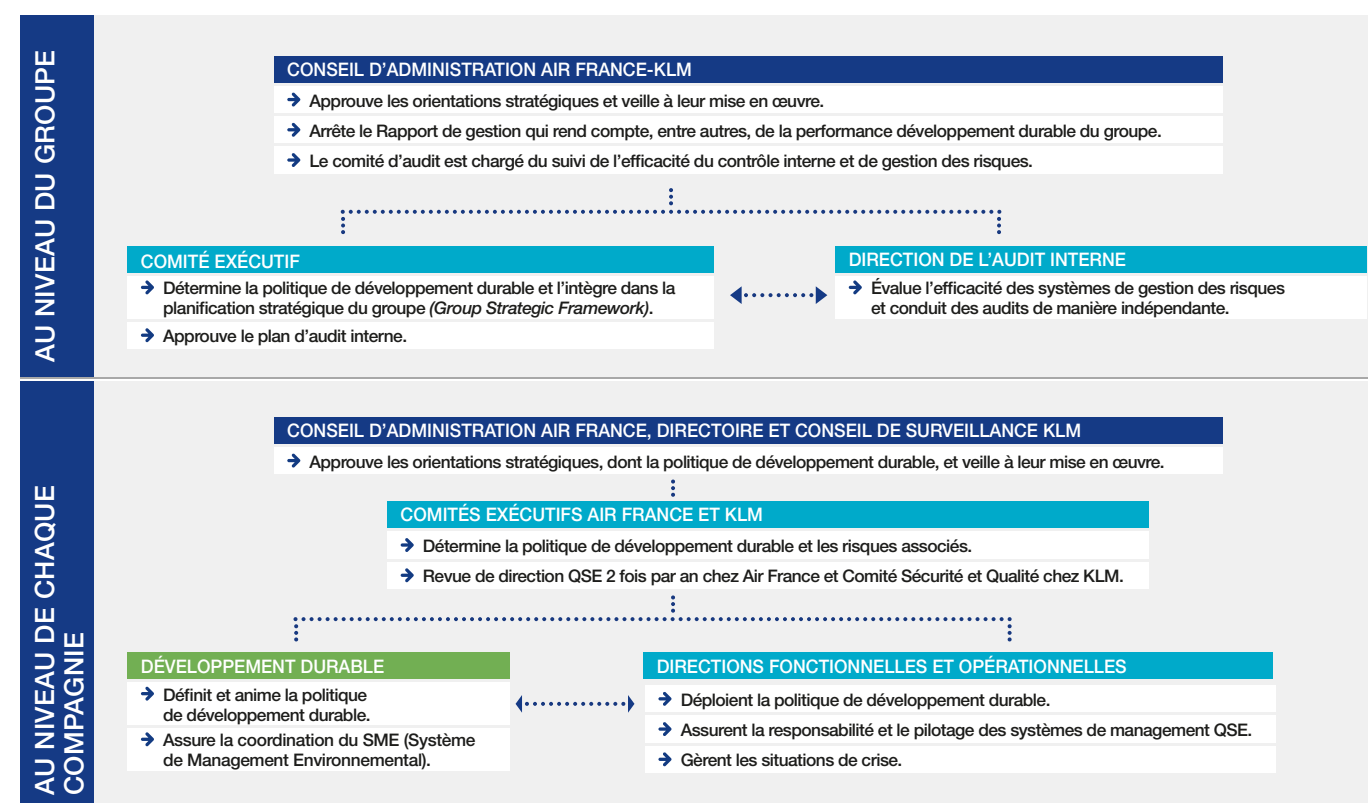
Air France Industries (AFI) a fait le choix d'une Certification Unique et Globale dont le périmètre couvre 9 normes de référence, parmi lesquelles la norme de responsabilité sociétale ISO 26000. En 2012, AFI a testé la mise en œuvre d'une grille d'évaluation permettant de mesurer l'impact du développement durable dans tout nouveau projet.

## Rendre compte selon les référentiels internationaux

Pour la consolidation de ses indicateurs sociaux, sociétaux et environnementaux, le groupe a mis en place un système de reporting commun, audité et vérifié tous les ans par l'un de ses commissaires aux comptes, selon la norme ISAE 3000 (International Standard on Assurance Engagement) (voir pages 70 à 77).

Le rapport de développement durable est rédigé selon les lignes directrices Global Reporting Initiative (GRI3) (voir page 78). En 2012, Air France a participé à la réflexion sur la définition du référentiel GRI4. ●

## GOVERNANCE ET PILOTAGE DU DÉVELOPPEMENT DURABLE





# Parties prenantes

## Dialoguer pour mieux se connaître

L'écoute, l'échange et le partage sont des composantes majeures de l'engagement d'Air France-KLM qui accorde une grande attention aux attentes de ses clients, de ses salariés, de ses fournisseurs, des riverains, des associations, des collectivités locales et des acteurs de la société civile comme les ONG.

Les parties prenantes sont identifiées selon leurs attentes vis-à-vis des 4 enjeux clés du groupe. Pour chacune d'entre elles, les enjeux et les risques ont été évalués et les modes de concertation définis. Les relations avec les parties prenantes sont réévaluées chaque année.

Le groupe recueille la perception des collaborateurs par le biais d'enquêtes et de forums. Pour les parties prenantes externes, Air France et KLM ont mis en place différents modes d'écoute qui comprennent, entre autres, des enquêtes auprès des clients, des tests de matérialité auprès de personnalités représentatives, des échanges avec des investisseurs ISR ou encore les recommandations des agences de notation extra-financière. (⊕ Pour en savoir plus sur le dialogue avec les parties prenantes, voir p. 68-69).

## Se comprendre pour évoluer

Ce dialogue permanent permet de mieux cerner les évolutions sociétales, les enjeux et les dilemmes qui se posent à Air France-KLM. En 2012, les échanges avec les parties prenantes ont permis à Air France-KLM d'intensifier sa politique en matière de biocarburant et de réfléchir à de nouvelles pistes pour réduire son empreinte environnementale.

Le dialogue favorise les échanges entre les secteurs d'activité. Air France et KLM sont membres d'associations ou de groupes d'entreprises où elles partagent des bonnes pratiques RSE. KLM est membre du groupe « *Dutch Sustainable Growth Coalition* », créé en 2010 à l'initiative de sept sociétés néerlandaises leaders dans l'indice DJSI, pour encourager le développement de modèles de croissance durable auprès d'autres entreprises.

Les attentes des parties prenantes influencent également les pratiques du groupe. Par exemple, en 2012 suite à des plaintes de riverains d'aéroport concernant un bruit spécifique produit par les A320, Air France et la DGAC ont interpellé Airbus pour en comprendre l'origine. Ce travail a conduit à modifier la conception des appareils, une technique désormais appliquée aux nouveaux avions. Avec ses partenaires du KLM BioFuel Program, KLM innove et participe au développement

de la chaîne d'approvisionnement du biocarburant durable.

Air France et KLM ont aussi mis en œuvre des mécanismes d'écoute permettant à leurs parties prenantes d'exprimer leurs motifs d'insatisfaction. Pour les clients, les services Customer Care ont pour mission de traiter les incidents dans les meilleurs délais. Pour les questions environnementales locales, elles sont membres d'instances (Commissions consultatives de l'environnement en France et Alders Table aux Pays-Bas) où se réunissent les représentants des élus, des associations de riverains, des opérateurs aériens et des aéroports. Enfin, les commentaires des acteurs influencent le reporting du groupe : le rapport 2012 présente des informations plus complètes sur la gestion des risques, sur le respect des droits de l'Homme, notamment auprès des salariés et des sous-traitants.

## S'engager aux côtés des filiales

Toutes les filiales européennes ont signé en 2008 la Charte éthique et sociale du groupe, une étape importante dans la définition d'une stratégie commune.

Tout en contribuant à la réalisation de l'ambition générale du groupe, chaque filiale détermine sa stratégie de développement durable. La quasi-totalité des filiales participe au reporting annuel social et environnemental (⊕ voir pages 70 à 76).

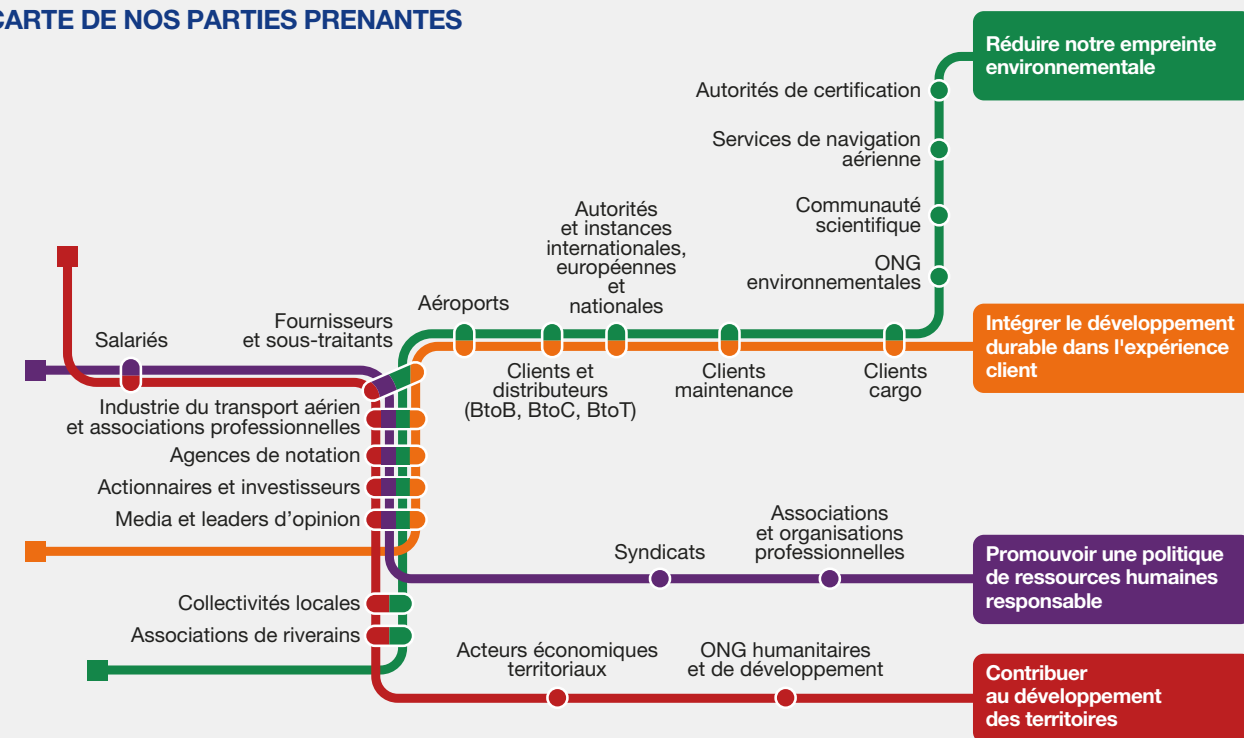
Servair, filiale de restauration d'Air France, a défini des orientations stratégiques liées aux quatre enjeux clés

« Pour chacun des thèmes du développement durable, nous identifions les meilleures pratiques et encourageons les entreprises à améliorer leurs performances. Nous sommes convaincus que les entreprises qui font face à ce défi sont celles qui réussiront le mieux à long terme. »

En dépit d'une pression économique et financière de plus en plus importante, Air France-KLM poursuit son engagement en faveur du développement durable en jouant un rôle prépondérant dans le transport aérien, en favorisant la production de biocarburants durables, en définissant des procédures d'optimisation des vols, et en soutenant la mise en œuvre de nouvelles réglementations visant à assurer le développement de l'aviation européenne. »

**DANIEL WILD,**  
Directeur de la Recherche, agence de notation RobecoSAM

## CARTE DE NOS PARTIES PRENANTES



d'Air France-KLM. Elle se fixe chaque année des objectifs ambitieux, notamment en termes de réduction des déchets, de consommation d'eau et d'énergie. Transavia France mène des initiatives en faveur de l'environnement : modernisation de la flotte, réalisation d'un bilan carbone, offre à bord de produits bio ou issus du commerce équitable. Elle participe aussi au programme Solid'air qui récompense des projets innovants pour la promotion de la culture des pays desservis. KLM Cityhopper, transavia.com et Martinair mettent en œuvre des programmes visant à réduire la masse embarquée et à accroître l'efficacité énergétique. Elles participent avec KLM à des projets communs de gestion des déchets.

## Partager l'engagement RSE avec les membres de SkyTeam

Air France et KLM partagent un engagement fort en matière de développement durable avec les autres membres de SkyTeam, première alliance à avoir adopté une déclaration de responsabilité sociétale. Pour mettre en œuvre des initiatives communes et échanger sur les bonnes pratiques, le groupe de travail « développement durable » se réunit une fois par an. En 2012, cette rencontre a été organisée par Alitalia. Parmi les quatre compagnies classées dans les indices extra-financiers DJSI en 2012, figurent deux membres de SkyTeam, Air France-KLM et Delta Air Lines.

## Mobiliser le secteur

Air France-KLM est membre des principales associations internationales (IATA), européennes (AEA), régionales (ERA – European Regions Airline Association) et nationales (FNAM – Fédération Nationale de l'Aviation Marchande et BAR – Board of Airline Representatives), dont la vocation est de représenter et de soutenir les engagements collectifs du transport aérien.

Peter Hartman, président du directoire de KLM, a présidé IATA de juin 2011 à juin 2012. Jean-Cyril Spinetta, président-directeur général du groupe, est membre de la plate-forme « Aviation » de la Commission européenne. ●

« Accenture a l'ambition forte d'être une entreprise responsable. La mobilité joue un rôle important dans cet objectif. C'est avec grand intérêt que nous participons au KLM BioFuel Program, avec d'autres entreprises néerlandaises. Ensemble, nous allons de l'avant et investissons sur le marché des biocarburants, qui pourra avoir un impact majeur sur les performances de développement durable de l'aviation et des entreprises. »

**ANJA MONTIJN-GROENEWOUD,**  
Directeur-général Accenture Pays-Bas

# Organisation

## Appliquer les principes d'une bonne gouvernance

Air France-KLM est une société anonyme à Conseil d'administration, de droit français. Le Conseil d'administration est composé de 15 membres, dont 4 de nationalité néerlandaise. Au 31 mars 2013, il compte 4 femmes, soit une proportion de 26,7 %.

Le Conseil d'administration détermine les orientations de l'activité et veille à leur mise en œuvre. Il s'appuie sur les travaux de ses trois comités spécialisés : Comité d'audit, Comité de rémunération et Comité de nomination. Le Conseil fonctionne selon les principes du gouvernement d'entreprise en vigueur en France, tels que présentés dans le code de gouvernement d'entreprise AFEP-MEDEF. Régulièrement, le Conseil

d'administration est amené à débattre de sa gouvernance et à la faire évoluer. Au cours de l'exercice 2012, le Conseil d'administration a fait procéder à une évaluation de son fonctionnement par un cabinet indépendant. D'une manière générale, le fonctionnement opérationnel du Conseil et de ses Comités s'est amélioré depuis la dernière évaluation réalisée par un cabinet indépendant en 2010 et les auto-évaluations réalisées en 2011 et 2012, notamment grâce à la qualité de l'information et des débats, à la transparence de la Direction Générale, au niveau d'implication du Conseil d'administration dans la définition de la stratégie, à l'attention particulière portée au client et au produit ainsi qu'à l'évolution de l'organisation du groupe avec l'intégration progressive de certaines fonctions au niveau de la holding. ●

### CONSEIL D'ADMINISTRATION ET COMITÉS SPÉCIALISÉS – BILAN 2012

<b>Composition</b>	<b>15 administrateurs dont :</b> → 12 administrateurs nommés par l'Assemblée générale des actionnaires (dont 2 représentants des salariés actionnaires). → 3 représentants de l'État français nommés par arrêté ministériel. Réunification des fonctions de Président du Conseil d'administration et de Directeur général depuis le 17 octobre 2011.		
<b>Durée du mandat des administrateurs</b>	4 ans (exceptionnellement 2 ou 3 ans, afin de favoriser un renouvellement harmonieux du Conseil).		
<b>Indépendance des administrateurs</b>	6 administrateurs considérés comme indépendants compte tenu de la répartition de son capital (notamment État et salariés) et des règles particulières qui régissent le mode de désignation d'une partie de ses administrateurs.		
<b>Formation des membres du Conseil d'administration</b>	Les administrateurs nouvellement nommés sont invités à rencontrer les principaux dirigeants et se voient proposer des visites de sites ainsi que des formations organisées par la société. Ils reçoivent, dès leur nomination, un dossier comportant toutes les informations nécessaires à l'exercice de leur mandat.		
<b>Nombre de réunions</b>	9 réunions ; taux de participation : 94,07 %		
<b>Comités spécialisés</b>	<b>Comité d'audit</b>	<b>Comité de rémunération</b>	<b>Comité de nomination</b>
<b>Nombre de membres</b>	6 membres dont 3 indépendants	3 membres tous indépendants	4 membres tous indépendants
<b>Nombre de réunions et taux moyen de participation</b>	6 réunions ; 83,33 %	1 réunion ; 100 %	1 réunion ; 100 %
<b>Évaluation annuelle du fonctionnement du Conseil et des comités</b>	Au cours de l'exercice 2012, le Conseil d'administration a fait procéder à une évaluation de son fonctionnement et de celui de ses Comités par un cabinet indépendant.		
<b>Règlement intérieur et codes éthiques</b>	Le Conseil a adopté un Règlement intérieur, un Code de déontologie boursière et un Code d'éthique financier, qui sont régulièrement mis à jour. Le Règlement est disponible sur le site <a href="http://www.airfranceklm-finance.com">www.airfranceklm-finance.com</a> .		
<b>Rémunérations des mandataires sociaux</b>	Les critères et les montants des rémunérations des dirigeants mandataires sociaux, les modalités d'attribution et les montants des jetons de présence des administrateurs sont publiés dans le Document de référence, dans le Rapport de gestion et sur le site internet de la société. Les dirigeants mandataires sociaux ne bénéficient ni de stock-options, ni d'actions gratuites. En cas de départ, ils ne bénéficient pas d'indemnités spécifiques.		

⊕ Pour plus d'information, voir le Document de référence 2012 sur [www.airfranceklm-finance.com](http://www.airfranceklm-finance.com)

# 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 2012, Air France-KLM est détenu à hauteur de 61,6% par des intérêts français (69,8% au 31 décembre 2011) et à plus de 75% par des institutions européennes.

## Aller à la rencontre des investisseurs

Air France-KLM est à l'écoute des analystes financiers et des investisseurs institutionnels, généralistes et ISR (Investissement Socialement Responsable). Au-delà des réunions d'information organisées au moment de la publication des résultats, les dirigeants participent régulièrement à des conférences sur le transport aérien en Europe et aux États-Unis. La Journée Investisseurs permet d'échanger sur les orientations stratégiques du groupe. En 2012, le plan Transform 2015 et ses premiers résultats ont été passés en revue lors de cette journée. Les critères non-financiers et l'équilibre court terme et long terme ont fait l'objet d'une attention particulière.

## Être à l'écoute des actionnaires individuels

Le groupe poursuit une politique de communication active auprès des actionnaires privés. Chaque trimestre, les résultats du groupe sont communiqués et la lettre ACTION'air envoyée aux 7 000 membres du Club des actionnaires.

Des réunions d'information sont réservées aux actionnaires individuels. Celles-ci constituent une occasion de présenter la stratégie, les résultats et les problématiques du secteur, et de répondre à leurs préoccupations. En 2012, le groupe a ainsi rencontré ses actionnaires à Bordeaux, Nantes, Nice et Toulouse. Des visites des sites d'Air France sont organisées pour les membres du Club, comme les installations du hub ou la Cité du personnel navigant à Paris-CDG.

Enfin, le Comité consultatif représentatif des actionnaires individuels constitue, depuis 2000, un lieu de

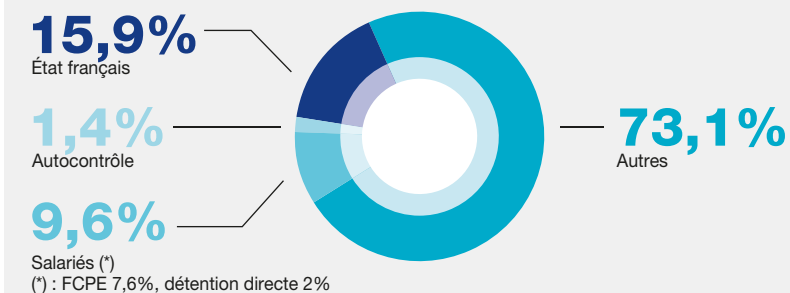
travail et de propositions sur la communication du groupe auprès des actionnaires individuels. Constitué de douze membres, le Comité se réunit quatre fois par an. En 2012, l'une de ces réunions a été consacrée à la politique développement durable du groupe.

## Maintenir un fort actionnariat salarié

Air France-KLM figure parmi les entreprises du SBF 120 à avoir le plus fort taux d'actionnariat salarié, avec 9,6 % du capital détenu par plus de la moitié des salariés et d'anciens salariés du groupe, représentant collectivement le 2<sup>e</sup> actionnaire le plus important. 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. ●

### RÉPARTITION DE L'ACTIONNARIAT

(31/12/2012)



### ÉVOLUTION DE L'ACTIONNARIAT SALARIÉ

Mars 2009	Mars 2010	Décembre 2011	Décembre 2012
12 %	11,8 %	9,7 %	9,6 %

### ASSEMBLÉE GÉNÉRALE DES ACTIONNAIRES DU 31 MAI 2012

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	14 371 actionnaires représentant 111 468 698 actions
Taux de participation	37,65 %

# Sécurité

Pour Air France-KLM, la sécurité des vols est la priorité absolue. Au cœur de la confiance que lui portent ses clients et ses salariés, la sécurité est un impératif qui conditionne son activité et la pérennité du transport aérien. Pour une compagnie aérienne, la sécurité concerne toutes les mesures mises en œuvre pour réduire le risque aérien. Celle-ci ne doit pas être confondue avec la sûreté aérienne qui lutte contre les actes malveillants perpétrés à l'encontre des avions ou des passagers.

## S'inscrire dans 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.

En 2012, à l'issue de l'audit IOSA, la certification d'Air France et de KLM a été reconduite pour 2 ans, sans restriction. Près d'un millier de points ont été vérifiés.

Pour atteindre le plus haut niveau possible en matière de sécurité des vols, le Système de Gestion de la Sécurité (SGS) a été déployé dans les deux compagnies. Le SGS met en œuvre une approche spécifique de la gestion des risques aériens et repose sur l'engagement au plus haut niveau de la direction et sur la formation et la sensibilisation de l'ensemble des personnels.

## Promouvoir la 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.

Le projet Culture de Sécurité a été lancé à Air France en 2011 pour faire évoluer la manière dont les personnels opérationnels s'approprient et mettent en œuvre les objectifs en matière de sécurité des vols. Lancé fin 2009, le programme Trajectoire a contribué à proposer des pistes de nature à améliorer la sécurité des vols. Plusieurs centaines de pilotes d'Air France ont été associés à ces travaux.

KLM a lancé en 2012 un programme de sensibilisation en ligne, SafetyF@cts. Tous les 2 mois, les managers reçoivent des informations interactives sur divers sujets en lien avec la sécurité.

Enfin, pour maintenir au meilleur niveau les compétences des salariés, le groupe adapte constamment ses programmes de formation. Des plans préventifs de gestion de crise sont mis en place dans toutes les escales, et des exercices sont effectués plusieurs fois par an.

## Maintenir une vigilance permanente

Depuis plusieurs années, la sûreté aérienne et aéroportuaire est devenue un enjeu crucial. Le groupe met en œuvre un dispositif de sûreté renforcé, visant à assurer la protection de ses clients, de ses personnels et de ses biens (avions, installations et systèmes informatiques) : analyse des risques et 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.

Dans ce domaine, le groupe travaille en étroite collaboration avec les autorités aéroportuaires, les organismes gouvernementaux, les autorités nationales chargées de l'aviation civile, la Commission européenne, l'Association of European Airlines, IATA et l'Organisation de l'Aviation Civile Internationale (OACI). Afin de garantir le meilleur niveau de protection dans plus de 100 pays et 200 villes, les directions de la Sûreté d'Air France et de KLM organisent une veille permanente de l'actualité géopolitique internationale. Ces équipes ont pour mission d'assurer la continuité du service et, si nécessaire, de mettre en œuvre des mesures de sûreté complémentaires. ●

### FOCUS

#### Informatique : exercice de crise réussi

*Air France gère sur son site de Valbonne, près de Nice, plus de 300 applications informatiques, dont un tiers sont jugées critiques et sensibles. En novembre 2012, un exercice de crise a permis de tester l'indisponibilité totale du centre informatique. Grâce à l'activation du site de secours, l'activité de la compagnie s'est poursuivie normalement tout au long de l'exercice, démontrant ainsi la fiabilité des infrastructures.*

“ Dans notre monde complexe, la gestion de la sécurité consiste à gérer les risques auxquels est exposée notre entreprise, en cherchant l'inconnu, en voyant l'invisible et en vérifiant tout ce que nous trouvons. ”

**PIETER KORVER,**  
Directeur de la Sécurité des vols,  
Qualité et Conformité, KLM

# Gestion des risques



## Identifier et maîtriser les risques

Air France-KLM est exposé aux risques généraux liés à son activité et à la conduite d'une entreprise. Le groupe a donc mis en place un système d'identification et de maîtrise des risques.

Une carte des risques stratégiques et opérationnels a été établie par l'ensemble des entités concernées sous la conduite de l'audit interne et du contrôle interne. Régulièrement actualisée, elle recense l'ensemble des risques auxquels le groupe est exposé. Par exemple : 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, par exemple celles relatives aux droits des passagers, les risques environnementaux ou encore les risques informatiques. D'autres risques sont liés à l'activité du groupe, tels que la concurrence des autres transporteurs ou la négociation des accords collectifs et les conflits sociaux. Les risques de marché (carburant, change et taux) 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 son impact potentiel. La direction de l'audit interne et du contrôle interne consolide ces feuilles. Elle présente aux Comités exécutifs des compagnies et du groupe et au Comité d'audit le reporting des risques opérationnels et des actions visant à les maîtriser. Dans le cadre du dispositif d'élaboration de la stratégie du groupe (*Group Strategic Framework*), la Direction évalue annuellement les risques stratégiques – concurrence, croissance économique... – et révisé les plans d'action associés. Enfin, ces risques et plans d'action sont présentés et discutés lors de la séance du Conseil d'administration consacrée à la stratégie du groupe.

## Être conforme aux règles et référentiels

Le groupe répond aux obligations réglementaires régissant le transport aérien, notamment pour ce qui relève des opérations aériennes, de l'exploitation sol, de l'industrie et de la maintenance des avions ainsi que du commissariat aérien.

La reconnaissance des progrès réalisés se concrétise par l'obtention de certifications auprès d'organismes indépendants : certifications IOSA, ISO 9001, QualiAF pour l'efficacité des systèmes de management, et ISO 14001 pour la validation des systèmes de management environnementaux. Pour garantir la sécurité alimentaire de la restauration à bord, Air France s'appuie sur la certification ISO 22000.

## 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 référentiel COSO (*Committee of Sponsoring Organization of the Treadway Commission*) pour garantir un niveau d'assurance raisonnable quant à la réalisation et à l'optimisation des opérations, à la fiabilité de l'information comptable et financière, et à la conformité aux lois et règlements en vigueur.

L'audit interne vise à améliorer les différents processus du groupe 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 2012 Air France-KLM). ●

### FOCUS

#### e-CARE : une plate-forme unique pour le management des risques opérationnels

*Air France a mis en œuvre un nouveau système de gestion des incidents opérationnels et des audits de conformité. Il permet aussi aux salariés de signaler toute situation perçue comme un risque potentiel. Utilisé par les entités opérationnelles et appuyé sur une matrice de gestion des risques commune, e-CARE vise à inclure toutes les données Sécurité des vols. 2 000 rapports mensuels sont analysés et donnent lieu, chaque fois que nécessaire, à des plans d'actions. e-CARE sera étendu progressivement au service au client, à l'environnement, à la santé-sécurité au travail, à la sûreté et à l'hygiène alimentaire. Au terme de ce déploiement, le nombre d'utilisateurs d'e-CARE sera de 45 000.*

# Éthique

En tant que signataire du Pacte Mondial des Nations Unies, Air France-KLM s'engage à respecter les principes fondamentaux de respect des droits de l'homme et de lutte contre la corruption.

## S'engager pour le respect des droits de l'Homme

Dans sa Déclaration de responsabilité sociale, le groupe s'engage à respecter les droits de l'Homme, à s'opposer à toute forme de travail des enfants et de travail forcé, et à promouvoir ces principes auprès de ses fournisseurs. La Charte sociale et éthique affirme l'engagement du groupe à favoriser un climat de respect mutuel dans l'environnement de travail. Elle s'applique à tous les salariés du groupe, y compris des filiales européennes. La charte précise que le groupe sera attentif au respect des droits sociaux fondamentaux par tous les sous-traitants avec lesquels il entretient des relations, partout dans le monde.

Dans le cadre de ses activités, le groupe a identifié les facteurs de risques en lien avec les droits de l'homme. Les réponses mises en œuvre recouvrent des sujets variés : dispositifs de protection des données personnelles des clients, accord pour la prévention des risques psychosociaux à Air France ou encore charte de développement durable pour les fournisseurs. En 2011, des audits pilotes RSE ont été réalisés auprès des fournisseurs afin de vérifier qu'ils respectent les engagements de la charte de développement durable. En 2012, de nouveaux audits ont été effectués (⊕ voir page 48). Désormais, le respect des droits de l'Homme et la contribution au développement économique et social local font partie des critères retenus pour la production de biocarburants.

## Affirmer nos règles de conduite des affaires

Air France-KLM veille au respect des principes éthiques dans la conduite des affaires et dispose pour cela de plusieurs documents. Certains s'appliquent à l'ensemble des salariés, d'autres sont spécifiques : les fonctions

achats du groupe et recrutement d'Air France, par exemple, 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. Le premier impose aux mandataires sociaux, aux dirigeants et à certains postes sensibles, des règles relatives aux opérations sur les titres de la société ; le second détermine les règles liées aux informations financières auxquelles ils doivent se conformer.

KLM dispose d'un Code de conduite des affaires qui affirme les grands principes en matière d'intégrité financière, de confidentialité et de respect des engagements en faveur du développement durable.

Air France-KLM lutte contre toute forme de corruption. En conformité avec l'évolution du contexte législatif et réglementaire international, un « Manuel Air France et KLM de prévention des pratiques de corruption » a été préparé en 2012. Diffusé en 2013, le manuel sera accessible à tous les salariés et accompagné d'un module de formation.

Enfin, 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 disposent d'une procédure d'alerte. Accessible à tous, elle est facultative, et sans risque de sanction à l'encontre de celui qui a donné l'alerte. En 2013, KLM étendra cette procédure à un dispositif élargi pouvant traiter toutes les alertes des salariés, quel qu'en soit l'objet.

## Respecter les règles de concurrence

Air France-KLM a mis en place depuis 2007 une politique de prévention des pratiques anticoncurrentielles, en diffusant auprès de tous les salariés le « Manuel Air France et KLM relatif à l'application des règles de concurrence ». D'autres outils de prévention sont à leur disposition, notamment une ligne téléphonique dédiée au droit de la concurrence.

Une formation en ligne sur l'application des règles de la concurrence a été rendue obligatoire pour l'ensemble des cadres d'Air France et de KLM dont les fonctions le nécessitent. Après avoir suivi cette formation et passé un test d'évaluation, les salariés signent une déclaration individuelle par laquelle ils s'engagent à respecter les règles s'appliquant à leurs fonctions. En 2013, cette formation sera à nouveau suivie par une partie des personnels concernés. ●

“ La Charte sociale et éthique d'Air France-KLM forme le socle des engagements du groupe en réaffirmant les valeurs et les droits fondamentaux qui orientent sa politique sociale et éthique. Chaque salarié est appelé à devenir le témoin et l'acteur de cette charte. ”

JEAN-CYRIL SPINETTA,  
Président-directeur général  
d'Air France-KLM

# Positions publiques

## Intégration des compagnies aériennes au système communautaire d'échange de quotas d'émission de gaz à effet de serre (EU-ETS)

Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2012, 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. Le système s'applique à tous les vols de/et vers l'Europe et aux vols intra-européens.

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 et sous réserve qu'il soit équitable. L'EU ETS, limité au périmètre intra-européen, peut être considéré comme une première étape vers un système mondial devant être défini au niveau de l'OACI.

Les travaux engagés à cette fin se sont intensifiés afin de proposer une solution acceptable définissant un système à l'échelle mondiale. Cette proposition devrait être présentée à l'Assemblée triennale de l'OACI à l'automne 2013. Le système devra veiller à ne pas générer de fuites de carbone et à garantir l'équité pour l'ensemble des opérateurs du secteur. Les éventuels revenus générés par les nouvelles mesures de marché devront contribuer à limiter les effets de l'aviation sur le changement climatique, notamment en permettant le développement des carburants alternatifs durables.

## Ciel Unique Européen

À ce jour, la mise en œuvre du Ciel Unique Européen n'est toujours pas effective. Ce règlement, voté en 2009 par le Parlement Européen, a pour objectif de revoir en profondeur l'organisation du système de contrôle aérien, afin de le rendre plus performant, d'améliorer d'un facteur 10 la sécurité, de réduire de 10% l'impact environnemental de chacun des vols et de diviser par deux les coûts du service du contrôle aérien.

Air France-KLM compte bien jouer un rôle majeur dans la mise en œuvre du règlement, à travers une coopération active dans les programmes ACARE, SESAR et AIRE. Compte tenu de la contribution importante attendue du Ciel Unique Européen dans la réduction des émissions de CO<sub>2</sub> au niveau mondial, le groupe et les associations de transport aérien poussent les Etats membres à respecter les engagements contenus dans le règlement Ciel Unique Européen.

## Carburants alternatifs

Les carburants alternatifs durables constituent l'une des voies les plus prometteuses pour réduire l'empreinte carbone du transport aérien. Air France-KLM soutient financièrement la recherche et participe à la production et à l'émergence d'un marché de biocarburants respectueux de l'environnement et du développement économique et social. Le groupe soutient l'initiative de la Commission européenne Biofuel Flightpath 2020. Cette initiative est menée en partenariat avec Airbus, Air France, KLM et d'autres compagnies européennes, ainsi que les producteurs européens de biocarburants. Tous s'engagent à promouvoir la production de biocarburants durables destinés à l'aviation, en vue de soutenir la création d'une véritable filière européenne. En raison de la faible quantité de biomasse cultivée de manière durable pour la production de carburants liquides, le groupe soutient le principe d'une législation globale qui met l'accent sur ces ressources rares pour les secteurs qui n'ont pas d'alternative pour les combustibles liquides tels que l'aviation, le transport maritime ou le transport routier sur très longues distances.

## Soutenir la compétitivité de l'aviation européenne

Le 27 septembre 2012, la Commission européenne a adopté une communication sur la politique extérieure de l'Union dans le domaine de l'aviation. Partageant le constat et les analyses de la Commission, Air France-KLM l'encourage dans sa volonté de promouvoir une concurrence juste et équitable. L'adaptation du cadre réglementaire européen est nécessaire pour préserver la compétitivité du secteur, notamment dans les domaines ayant un impact sur les coûts d'infrastructures tels que les redevances de navigation aérienne et aéroportuaires. L'innovation et le soutien aux projets de R&D sont un levier important pour le maintien de la compétitivité du secteur aérien. Dans ce cadre, la feuille de route stratégique d'ACARE (Advisory Council for Aviation Research and Innovation in Europe) en faveur de la recherche, de l'innovation et d'une réglementation adaptée constitue le cadre approprié pour soutenir les initiatives européennes. En France, le CORAC (Conseil pour la Recherche en Aéronautique Civile) poursuit le même objectif à l'horizon 2050. Le gouvernement néerlandais et KLM ont signé un « Green Deal » pour 2011-15. Cet accord incite chaque partie à accélérer la mise en œuvre d'initiatives durables dans le domaine des biocarburants et du traitement des déchets.

## Droits des consommateurs

Le service au client est au cœur du métier et des attentions d'Air France-KLM qui fait de la sécurité, de la ponctualité et de la fiabilité des questions prioritaires. Air France et KLM mettent en œuvre toutes les mesures nécessaires pour traiter les aléas d'exploitation dans les meilleurs délais. Le groupe contribue aux travaux engagés par la Commission européenne en matière de droits des consommateurs, en restant vigilant sur l'homogénéité de l'application des règles à l'ensemble des compagnies opérant de et vers l'Union européenne, ainsi que sur le nécessaire équilibre entre droits des passagers et intérêts des compagnies. Le groupe sera particulièrement attentif à ces sujets lors de la révision de la réglementation à l'ordre du jour des travaux de la Commission en 2013.

## Infrastructures aéroportuaires

La Commission européenne a proposé plusieurs textes visant à résoudre les problèmes de congestion au sol des aéroports, réduire les retards et améliorer la qualité de service. Ces projets de règlements portent sur l'allocation des créneaux horaires, l'assistance en escale et le bruit. S'agissant de la question des créneaux horaires, Air France-KLM – comme l'ensemble des compagnies aériennes – est particulièrement attaché à ce que la révision éventuelle du système actuel préserve les grands principes reconnus mondialement. Ceux-ci permettent de disposer aujourd'hui d'un système d'allocation des créneaux horaires homogène, préservant ainsi la compétitivité des opérateurs européens. ●

A photograph taken from the perspective of someone looking out of an airplane window. The left side of the frame shows the white wing and tail of the aircraft. The sky is a deep, clear blue, and a large, fluffy white cumulus cloud is prominent in the middle ground. Below the cloud, a layer of thinner, more uniform clouds stretches across the horizon. The overall scene is bright and clear, suggesting a high-altitude flight.

*Environnement*



# Réduire notre empreinte environnementale

## AMBITION

Nous visons un équilibre durable entre la croissance de l'aviation et la réduction de notre empreinte environnementale, en mobilisant notre industrie, en innovant dans notre supply-chain et en réduisant notre propre impact.

## ENGAGEMENTS

Le principal impact environnemental d'Air France-KLM est lié aux émissions de ses opérations aériennes. Air France-KLM a ainsi mis en place une stratégie de lutte contre le changement climatique dénommée « Plan Climat » et réduit aussi son impact environnemental dans les domaines du bruit, des déchets, de l'énergie ou de l'eau. Les engagements du groupe vont au-delà des exigences réglementaires :

- Réduire le bruit et les émissions de ses opérations grâce au renouvellement de sa flotte et la mise en œuvre des procédures les plus efficaces;
- Diminuer ses émissions de CO<sub>2</sub> grâce à la modernisation de sa flotte, l'optimisation de sa performance opérationnelle, la mise en place de partenariats tout au long

de sa supply-chain, l'investissement dans des biocarburants durables et la contribution à la recherche aéronautique et sur les énergies renouvelables;

- Mobiliser l'ensemble des acteurs internes et externes au groupe autour de plans d'action environnementaux ambitieux intégrant les principes de l'éco-conception et en soutenant les programmes de protection de l'environnement conduits par des ONG ;
- Mettre à disposition des passagers des informations sur les émissions de CO<sub>2</sub> liées à leur voyage et leur proposer la possibilité de les compenser, notamment par l'usage de biocarburants pour ses clients corporate;
- Soutenir les efforts visant à un accord mondial sur le climat et une juste contribution de l'aérien.

## Objectifs

## Réalisations 2012

### CO<sub>2</sub>

- 2012** **AIR FRANCE**  
→ 3,7 litres/passager/100km (soit 93 g CO<sub>2</sub>/passager/km)
- 2015** **AIR FRANCE**  
→ « Plan Carburant 2008 » : - 300 000 tonnes de carburant entre 2008 et 2012 ;  
→ « Plan Carbu » : -1% de réduction de carburant d'ici 2015
- 2020** **AIR FRANCE**  
→ Amélioration de l'efficacité énergétique de 1,5% par an
- 2015** **KLM**  
→ Production évolutive de biocarburant durable et accessible  
→ Objectif de 1% de biocarburant durable en 2015, dans le cadre du partenariat avec WWF-NL
- 2020** **KLM**  
→ Réduction de 20% des émissions de CO<sub>2</sub>/tonne/km en 2020, base 2009 : 91,6 g CO<sub>2</sub>/tonne/km

- 3,69 litres/passager/100 km en 2012 : objectif atteint
- Objectif atteint
- 25 000 tonnes de carburant économisées par rapport à 2011, grâce à la mise en place du nouveau « Plan Carbu » en juin 2012
- Amélioration de 3% par rapport à 2011
- Mise en place d'une stratégie long-terme d'approvisionnement en biocarburant
- 100 vols commerciaux au biocarburant entre Amsterdam et Paris, premier vol transatlantique biocarburant jusqu'à Rio de Janeiro, lancement du KLM BioFuel Program
- Contrat d'achat anticipé dans ITAKA
- -3% de réduction par rapport à 2009 (2012: 88,8 g CO<sub>2</sub>/tonne/km)
- Réduction de 30 000 tonnes de CO<sub>2</sub> par l'économie de 12 millions de litres de carburant

### BRUIT

- 2012** **AIR FRANCE**  
→ Développer l'activité tout en maintenant les émissions sonores à un niveau inférieur à celui de 2005 (10 principaux aéroports français)
- ∞** **KLM**  
→ Réduire le bruit à Schiphol en partenariat avec le secteur du transport aérien

- -30 % d'énergie sonore par rapport à 2005
- Poursuite de la mise en œuvre de la politique de développement durable incluant la réduction du bruit

### QUALITÉ DE L'AIR LOCAL

- 2013** **AIR FRANCE**  
→ Contribuer à réduire les émissions polluantes issues des déplacements domicile-travail des salariés Air France en Île-de-France par un report modal de 5%
- 2012** **KLM**  
→ Remorquage via alimentation externe plutôt que grâce à l'usage de l'APU
- ∞** **KLM**  
→ Accroître la mise en service d'équipements terrestres électrifiés

- Taux d'utilisation de la voiture en 2012 : 80%
- Signature le 20 septembre 2012 d'un Plan de Déplacement Inter-Entreprises (PDIE) sur l'aéroport d'Orly par un groupe d'entreprises représentant près de 60% des 27 000 salariés de la plateforme aéroportuaire
- Réduction des émissions grâce à la réduction de l'usage de l'APU de 6 600 heures
- 34 nouveaux tapis électriques et 6 nouveaux camions ravitailleurs hybrides

### DÉCHETS

- 2013** **AIR FRANCE**  
→ Augmenter la part valorisée de déchets à 50%
- 2020** **KLM**  
→ Réduire les déchets non-recyclables, évaluer les technologies de traitement interne des déchets

- 41% de déchets dangereux valorisés en 2012 et amélioration du processus de traçabilité des déchets non-dangereux
- 83% d'énergie verte à partir de puissance hydraulique

### ÉNERGIE

- 2014** **AIR FRANCE**  
→ Améliorer la performance énergétique des bâtiments en réduisant de 8% la consommation d'énergie
- 2016** **KLM**  
→ Améliorer de 2% par an de l'efficacité énergétique des bâtiments

- Réduction de 3% de la consommation d'énergie des bâtiments grâce à l'intégration de cet objectif dans les contrats des fournisseurs et à l'amélioration des équipements
- Économie d'énergie de 2,4% en 2012 (économie de 896 m<sup>3</sup> de gaz naturel et de 2 146 000 kWh d'électricité)

# Notre empreinte en 2012

## DONNÉES GROUPE AIR FRANCE-KLM

### → Empreinte carbone

(⊕ en savoir plus page 31)

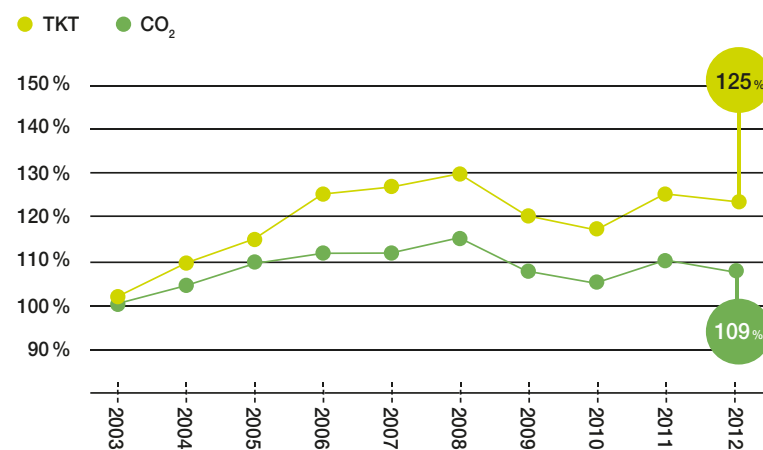
**28,3 millions de tonnes de CO<sub>2</sub>**

Opérations au sol et aériennes (dont aériennes 99,7%)

**9 millions de tonnes de carburant**

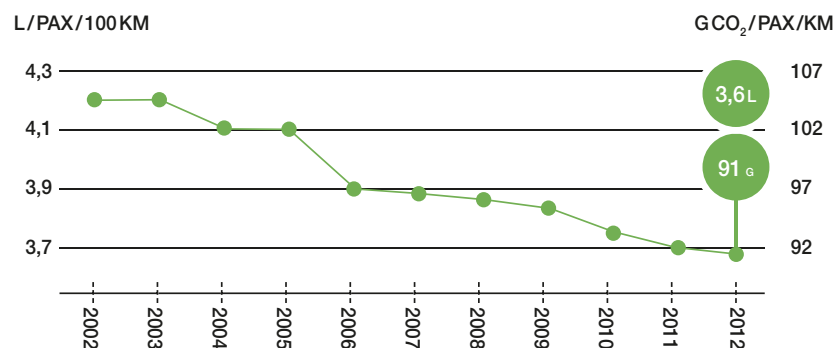
Quantité de carburant consommée

#### ÉVOLUTION DES ÉMISSIONS DE CO<sub>2</sub> ET DU TRAFIC



#### CONSOMMATION SPÉCIFIQUE DE CARBURANT

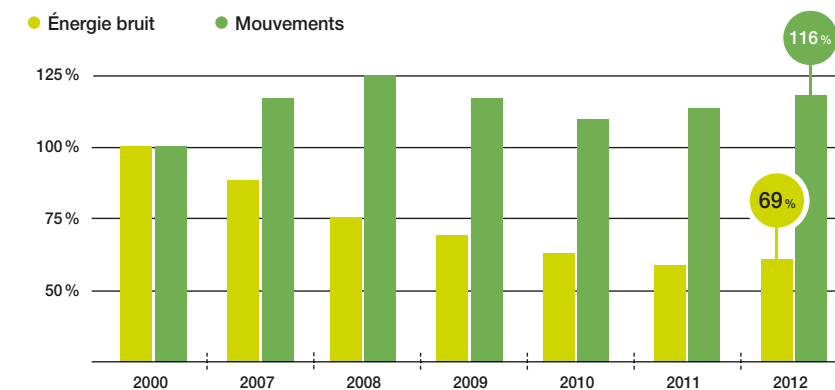
Le groupe a réduit sa consommation de carburant de 15 % entre 2000 et 2012. En 2012, celle-ci a atteint 3,6 litres/passager/100km soit 91 g de CO<sub>2</sub>/passager/km.



### → Bruit

(⊕ en savoir plus page 34)

#### INDICATEUR BRUIT GLOBAL



**-31%** de nuisances sonores

par rapport à 2000. Sur la même période, le nombre de mouvements a augmenté de 16%

### → Qualité de l'air

(⊕ en savoir plus page 35)

**773 tonnes de NO<sub>x</sub>** Émissions des opérations au sol

**16,1 tonnes de SO<sub>2</sub>** Émissions des opérations au sol

### → Déchets, eau, énergie

(⊕ en savoir plus pages 36 et 37)

**57 060 tonnes** Quantité de déchets banals

**812 000 m<sup>3</sup>** Consommation d'eau

**58%** Taux de recyclage des déchets dangereux

**905 785 MWh** Consommation d'énergie (électricité, gaz, autres énergies)

# Changement climatique

## Appliquer des réglementations efficaces

La lutte contre le changement climatique est un enjeu planétaire vis-à-vis duquel le transport aérien a été le premier secteur à s'organiser. Seule une réglementation au niveau mondial peut permettre de maîtriser efficacement ses émissions de CO<sub>2</sub>.

Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2012, la directive EU-ETS instituant le système communautaire d'échange de quotas d'émission de gaz à effet de serre est applicable à toutes les compagnies européennes et non-européennes se posant dans l'espace économique européen. En novembre 2012, la Commission européenne a toutefois suspendu l'application de cette mesure pour les vols intercontinentaux pour l'année 2012, les vols intra-européens restant soumis au système (⊕ voir positions publiques page 23).

Pour couvrir leurs obligations pour 2012, Air France et KLM ont déjà acheté des permis d'émissions correspondant à leurs vols réalisés à l'intérieur de l'Europe, soumis à l'ETS.

L'Organisation de l'Aviation Civile Internationale (OACI) s'est engagée à proposer les moyens de réguler les émissions de l'aviation de manière globale. Sur la base de la résolution adoptée en 2010 par les 174 États membres, un cadre juridique et technique de compensation basé sur le marché, permettant d'atteindre une croissance neutre en carbone d'ici 2020, est en cours d'élaboration.

Le vote pour adoption à la prochaine Assemblée aura lieu en octobre 2013.

Les compagnies aériennes, réunies au sein de l'International Air Transport Association (IATA), sont mobilisées pour apporter une contribution déterminante à ces travaux et faciliter ainsi l'adoption des solutions les plus efficaces.

## S'impliquer au niveau international

Air France-KLM s'est engagé à respecter l'engagement pris par le secteur aérien en 2009 dont les objectifs de réduction des émissions de l'aviation sont les suivants :

- d'ici à 2020, amélioration de l'efficacité énergétique de 1,5% par an (hors mesures économiques)
- à partir de 2020, stabilisation et croissance neutre en émissions de CO<sub>2</sub>
- en 2050, réduction des émissions de CO<sub>2</sub> de 50% par rapport au niveau de 2005.

## S'engager au niveau national

Quatre ans après la convention d'engagement du secteur aérien français, Air France dresse son bilan. Les objectifs ont été atteints, voire dépassés, dans tous les domaines relevant de sa responsabilité :

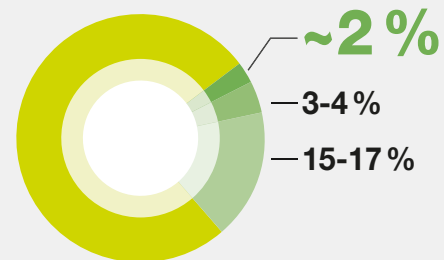
- Diminution de la consommation de carburant par passager de près de 4% entre 2008 et 2011.
- Réduction des émissions de CO<sub>2</sub> sur la desserte entre la métropole et les départements d'outre-mer de 27% en 2011 par rapport à 2005.
- Réduction de 30% de l'énergie sonore globale par rapport à 2005.

Dans le cadre d'un Green Deal avec le gouvernement hollandais, KLM a effectué une nouvelle série de vols au biocarburant durable vers Paris, le premier vol transatlantique alimenté au biocarburant vers Rio de Janeiro et lancé le BioFuel Program pour les clients corporate. ●

## PART DES TRANSPORTS DANS LES ÉMISSIONS MONDIALES DE CO<sub>2</sub> D'ORIGINE HUMAINE

(source : GIEC<sup>1</sup>, Stern Review<sup>2</sup>)

- TRANSPORT AÉRIEN
- TRANSPORT ROUTIER
- TRANSPORT MARITIME
- AUTRES SECTEURS



1. IPCC Fourth Assessment report / Technical Summary (<http://www.ipcc.ch/pdf/assessment-report/ar4/wg3/ar4-wg3-ts.pdf> p.49), 2007 et GIEC-Ale 2005  
 2. Stern review Chapitre 15 ([http://www.hm-treasury.gov.uk/media/4/5/Chapter\\_15\\_Carbon\\_Pricing\\_and\\_emissions\\_Markets\\_in\\_Practice.pdf](http://www.hm-treasury.gov.uk/media/4/5/Chapter_15_Carbon_Pricing_and_emissions_Markets_in_Practice.pdf), box 15.6), 2006

## FOCUS

### Le « Plan Climat » d'Air France-KLM élabore une stratégie de lutte contre le changement climatique autour de 6 axes :

- Soutenir les efforts visant à un accord mondial sur le climat et une juste contribution de l'aérien
- Poursuivre la modernisation de la flotte et contribuer à la recherche aéronautique
- Mobiliser l'ensemble des acteurs internes et externes au groupe autour de plans d'action environnementaux ambitieux intégrant les principes de l'éco-conception
- Stimuler l'émergence de biocarburants durables pour l'aviation et les recherches en énergies renouvelables
- Soutenir des programmes de protection de l'environnement conduits par des ONG
- Mettre à disposition de nos clients des informations sur les émissions de CO<sub>2</sub> liées à leur voyage et leur proposer la possibilité de les compenser.

# Empreinte carbone

Air France-KLM est engagé depuis longtemps dans la réduction des effets du changement climatique en diminuant sa propre empreinte carbone, qui permet également des économies de carburant.

Le groupe, en application de son « Plan Climat » (⊕ voir page 30), active tous les leviers de réduction possibles : efficacité opérationnelle, modernisation de sa flotte, usage de carburants alternatifs durables et compensation.

Air France-KLM a amélioré son efficacité énergétique de 1,5% en 2012 par rapport à 2011.

KLM a pour ambition de réduire ses émissions de CO<sub>2</sub> de 20% d'ici 2020 par rapport à 2009, incluant 685 500 tonnes de carburant d'ici 2020 grâce à son programme de renouvellement de sa flotte.

## Améliorer l'efficacité opérationnelle

Les mesures d'économie de carburant s'articulent autour de 4 axes :

- L'avion : réduction de la masse à bord, réduction de la consommation des moteurs et de l'APU, réduction de la traînée aérodynamique... **1 kilo gagné à bord de tous les avions d'Air France permet d'économiser 76 tonnes de CO<sub>2</sub> par an.**
- L'espace aérien : optimisation des trajectoires, attentes réduites, altitudes appropriées... **L'impact du contrôle aérien européen a été évalué à 6% par an sur la consommation d'Air France soit environ 70 ktonnes.**
- L'emport carburant : optimisation des quantités de carburant réglementaires et optimisation du carburant opérationnel... **Le béton ou les graviers qui permettaient l'équilibrage des avions Cargo de KLM sont désormais remplacés par des containers d'eau qui peuvent être vidés à destination et ainsi économiser du carburant sur le trajet retour.**
- La conduite du vol : modification des procédures afin de minimiser la consommation de carburant pendant le vol, en prenant en compte les recommandations constructeurs, motoristes, équipementiers... **L'optimisation des routes, la précision des plans de vol, les économies de poids et le roulage avec un moteur coupé a permis d'économiser 9 millions de litres de kérosène en 2012.**

En 2012, près de 10 000 tonnes de carburant ont été économisées grâce à de multiples mesures opérationnelles telles que la mise en service de 5 500 nouveaux chariots allégés chez KLM.

Chez Air France, la mise en place d'un nouveau « Plan Carbu » plus ambitieux, a permis d'économiser 25 000 tonnes de carburant en 2012. Air France a ainsi

entièrement renouvelé son parc de containers bagages long-courriers par de nouveaux containers allégés de 11 kilos, donc plus économes en CO<sub>2</sub>. Le nouveau « Plan Carbu » d'Air France contribuera à la réduction de 1% la consommation de carburant d'ici 2015.

## Renouveler la flotte

La principale source de réduction des émissions de CO<sub>2</sub> est liée au renouvellement de la flotte puisque les avions modernes sont plus efficaces énergétiquement. L'âge moyen de la flotte du groupe est de 9,9 ans. Air France et KLM ont poursuivi la modernisation de leur flotte en 2012.

**Air France** : entrée de trois 777-300ER et de deux A380 dans la flotte long-courrier et de deux A320-214 neufs contre la sortie de cinq A320-211 d'ancienne génération.

**KLM** : remplacement de ses MD11 par des Airbus, plus performants. KLM CityHopper a remplacé ses F100 par vingt-deux Embraer 190 permettant la réduction de 155 000 tonnes de CO<sub>2</sub>. Transavia.com a remplacé un 737-800 par un appareil de nouvelle génération équipé de freins carbone et de galleys en matériaux de construction allégés.

## Compenser les émissions

Air France et KLM mettent à disposition de leurs clients des calculateurs d'émissions de CO<sub>2</sub>, disponibles sur leurs sites internet respectifs. Ces calculateurs permettent de compenser les émissions qu'ils mesurent et, pour les passagers qui le souhaitent, de neutraliser entièrement leurs émissions. Le groupe offre des crédits de réduction de carbone durables certifiés et garantissant un niveau de compensation important.

Le partenariat d'Air France avec GoodPlanet finance la construction de réservoirs de biogaz en Chine et la valorisation de déchets organiques en compost pour l'agriculture à Madagascar. La compensation Gold Standard de CO<sub>2</sub> au travers du programme KLM CO<sub>2</sub> ZERO et le lancement du BioFuel Program pour les clients corporate permettent aux clients de KLM de prendre part aux économies de CO<sub>2</sub> de manière volontaire. ●

“ La gestion optimale du carburant constitue un enjeu stratégique. Le nouveau « Plan Carbu » a permis d'économiser 25 000 tonnes de carburant en 2012. Il rassemble désormais les économies de toutes les directions. Toutes les idées d'économie ont été collectées auprès des salariés et grâce à l'observation des meilleures pratiques dans notre secteur, tout en respectant notre priorité absolue : la sécurité des vols. ”

**MATTHIEU LEFER,**  
Responsable du Plan Carburant,  
Air France



Stimuler l'industrie

Air France participe à un projet de production de biocarburant à partir de déchets forestiers, conduit par le CEA (Commissariat à l'énergie atomique et aux énergies alternatives). Les premières livraisons devraient intervenir en 2018 et représenter environ 15 000 tonnes par an. Air France et KLM soutiennent l'Initiative de la Commission européenne ITAKA (Initiative Towards sustainable Kerosene for Aviation). Ce projet, financé dans le cadre du 7<sup>e</sup> programme cadre européen de recherche et de développement technologique (FP7), établira des liens entre les agriculteurs, les producteurs de biocarburants, les distributeurs et les utilisateurs afin de lever les freins à un déploiement commercial. À court terme, KLM a signé un contrat d'achat anticipé avec ITAKA afin de sécuriser la disponibilité de biocarburant durable.

Soutenir les mesures d'encouragement réglementaires

Air France et KLM sont impliquées dans l'initiative européenne Biofuel Flightpath 2020 qui vise à la production de 2 millions de tonnes de biocarburants durables d'ici 2020 en Europe. En 2012, trois sessions de travail regroupant les principaux acteurs européens ont eu lieu. Air France participe au groupe français Ini-FCA (Initiative Futurs Carburants Alternatifs) conduit par la DGAC (Direction Générale de l'Aviation Civile). Ce groupe cherche à atteindre l'objectif européen à l'échelle nationale, soit 200 000 tonnes par an.

Innover dans la supply-chain

En 2009, KLM a créé, en coopération avec North Sea Group et Spring Associates, SkyNRG, afin de développer une offre de carburants durables depuis l'achat jusqu'à la distribution. SkyNRG est désormais le leader mondial sur le marché des biokérosènes, fournissant plus de 15 compagnies aériennes dans le monde, dont Air France-KLM. En 2012, KLM a défini une stratégie à long-terme sur sa supply-chain en se concentrant sur la mise en place de partenariats innovants. À moyen-terme, KLM développe, avec les partenaires de Climate KIC, de nouvelles chaînes d'approvisionnement de biocarburant et recherche de nouveaux partenaires.

Impliquer clients et partenaires

Afin de créer un marché pour les biocarburants durables pour l'aviation, Air France et KLM s'associent avec des partenaires et clients. Dans le Biofuel FlightPath 2020 Air France et KLM évaluent l'opportunité d'effectuer un achat commun de biocarburant avec d'autres compagnies aériennes majeures. Dans le cadre de son partenariat avec le WWF-NL et son engagement dans le Green Deal, KLM a lancé le BioFuel Program, une première dans l'aviation. Les sept clients de lancement sont également des entreprises en pointe dans leur propre secteur.



# Carburants alternatifs durables

Les carburants alternatifs durables constituent l'une des pistes les plus prometteuses en matière de réduction des émissions de CO<sub>2</sub> de l'aviation. Ils sont essentiels pour l'atteinte des objectifs d'Air France-KLM et du secteur de l'aviation tout entier, en matière de réduction de ses émissions de CO<sub>2</sub>. L'aviation commerciale, contrairement à d'autres modes de transport, n'a pas d'alternative aux énergies liquides; de surcroît, aucune technologie alternative n'est identifiée avant l'horizon 2050. Ainsi, Air France-KLM reconnaît la transition des énergies fossiles vers des énergies renouvelables comme une priorité pour assurer le futur de l'aviation commerciale. La stratégie du groupe est d'explorer toute la chaîne depuis la recherche jusqu'à la commercialisation.



FOCUS

Bio Rio

Le 19 juin 2012, KLM a réalisé le plus long vol au biocarburant sur un Boeing 777-200, en transportant des passagers d'Amsterdam à Rio de Janeiro à l'occasion de la conférence Rio +20. KLM a ainsi inauguré le BioFuel Program avec sept entreprises importantes, en présence du Secrétaire des Infrastructures et de l'Environnement hollandais. L'avion était partiellement alimenté en biocarburant à partir d'huile de cuisson usagée fournie par SkyNRG.

“ Air France-KLM se montre résolument tourné vers l'avenir et se place en leader pour l'usage de biocarburants durables. La RSB a défini la norme la plus exigeante au monde, quant au respect des populations et de l'environnement, pour la production de biocarburants. Grâce aux efforts de KLM et de SkyNRG, la première chaîne d'approvisionnement en kérosène, au monde, certifiée par la RSB est à présent parfaitement opérationnelle. Nous vivons un grand moment pour le développement durable. ”

PETER RYUS, Directeur général, Roundtable on Sustainable Biofuels (RSB) Services Foundation



Des critères de durabilité exigeants

→ Air France-KLM est favorable à l'usage de différents types de biomasse tant qu'elle respecte des critères de durabilité exigeants: réduction substantielle des émissions de CO<sub>2</sub>, impact minimum sur la biodiversité, sans compétition avec l'alimentaire ou la disponibilité des ressources alimentaires et avec un impact positif sur le développement social des communautés locales. → Au travers du Groupe SAFUG (Sustainable Aviation Fuel User Group) qui compte aujourd'hui 23 compagnies aériennes, Air France-KLM est membre de la RSB (Roundtable of Sustainable Biofuels) dont les 12 critères de durabilité sont reconnus par la Commission européenne.

# Bruit



## 31%

L'investissement continu du groupe dans le renouvellement de la flotte se traduit par une baisse de 31% entre 2000 et 2012 de l'énergie bruit produite.

## 34 M€

versés en 2012 par le groupe Air France KLM pour l'aide à l'insonorisation.

Le transport aérien doit répondre à une demande de mobilité accrue tout en maintenant le bruit à un niveau acceptable pour les riverains des aéroports. Le groupe Air France-KLM a fait de la réduction du bruit une exigence inscrite dans sa Déclaration de Responsabilité Sociale d'Entreprise.

### Réduire le bruit

La réduction du bruit passe par l'utilisation d'une flotte moderne. L'investissement continu du groupe dans le renouvellement de sa flotte s'est traduite par une baisse de 31% entre 2000 et 2012 de l'énergie bruit produite. Cette baisse est d'autant plus remarquable que le nombre de mouvements a augmenté de près de 16% sur la même période (voir graphique page 29).

La réduction du bruit pour les riverains passe également par l'amélioration des procédures de départ et d'approche. Air France et KLM contribuent activement à la mise en œuvre de procédures de moindre bruit. Les bénéfices environnementaux de chaque nouvelle procédure sont évalués, validés et rendus publics par les autorités de l'aviation civile française et hollandaise. Le trafic de nuit est régi par des règles contraignantes portant sur le nombre de créneaux attribués, le respect des horaires programmés, les performances des avions autorisés à opérer. Air France et KLM sont particulièrement attentives au respect de ces règles. Par ailleurs, l'impact de leur trafic de nuit est réduit grâce à la mise en œuvre d'approches en descente continue.

### Dialoguer avec les riverains

Air France et KLM poursuivent leurs politiques de relations territoriales afin de renforcer leurs liens avec les riverains et les acteurs socio-économiques. En France, ces politiques sont mises en œuvre dans le cadre des CCE (Commissions Consultatives de l'Environnement) et des CCAR (Commissions Consultatives d'Aide aux Riverains) auxquelles Air France participe sur chaque aéroport où elle opère. Aux Pays-Bas, KLM participe aux comités de l'Alders Table qui a pour mission de définir des politiques de développement durable autour des aéroports. À Amsterdam, KLM, les populations riveraines et le contrôle aérien, travaillent au sein du CROS (Schiphol Regional Consultative Committee) pour élaborer des solutions visant à réduire le bruit.

### Diminuer l'impact

Les gouvernements français et hollandais affichent la volonté continue de réduire l'impact du bruit sur les populations. Ils ont mis en place des politiques visant à adapter l'urbanisation en fonction de l'exposition au bruit des avions. Ces dispositifs comprennent un volet prévention visant à éviter l'installation de nouveaux habitants exposés au bruit et un volet réparation visant à insonoriser les logements existants. En France et en Hollande les compagnies aériennes financent l'aide à l'insonorisation des logements situés à proximité des aéroports. En 2012, le groupe Air France-KLM a versé 34 M€ pour cette aide (18 M€ pour Air France, 16 M€ pour KLM).

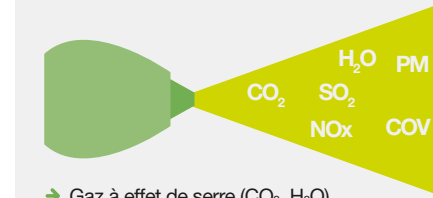
### Évaluer la nuisance

La mesure du bruit rend compte d'un niveau sonore global. Mais d'autres facteurs peuvent rendre un bruit plus ou moins gênant : la fréquence d'apparition, les émergences de bruit... Le CORAC (Conseil pour la Recherche en Aéronautique Civile) a lancé une étude psycho-acoustique sur la perception du bruit aéronautique. L'objectif est d'identifier les facteurs de nuisances et d'orienter les constructeurs dans leurs recherches. Sous l'impulsion de l'ACNUSA (Autorité de Contrôle des Nuisances Aéronautiques), les pouvoirs publics viennent de lancer l'étude DEBATS (Discussion sur les Effets du Bruit des Aéronefs Touchant la Santé) dont l'objectif est de mieux connaître les effets du bruit des avions sur la santé.

Air France participe aux comités de pilotage du CORAC et de DEBATS. ●

# Qualité de l'air

## PRINCIPALES ESPÈCES CHIMIQUES ÉMISES PAR LES MOTEURS



- ➔ Gaz à effet de serre (CO<sub>2</sub>, H<sub>2</sub>O)
- ➔ Composés soufrés (SO<sub>2</sub>)
- ➔ Oxydes d'azote (NO<sub>x</sub>)
- ➔ Suires (PM)
- ➔ Hydrocarbures imbrûlés (CO, COV)

Le transport aérien n'a pas seulement un impact sur le climat mais également sur la qualité de l'air dans les zones aéroportuaires de par les émissions issues des moteurs d'avion, liées aux opérations au sol et aux activités de maintenance. Les pneus et les freins des avions sont également source d'émissions et de particules.

La qualité de l'air local et ses implications pour la santé humaine et pour les écosystèmes sont une préoccupation croissante. Air France et KLM suivent attentivement les indicateurs liés à la qualité de l'air (voir indicateurs environnementaux pages 74-76) et soutiennent les recherches visant à l'améliorer (voir page 38).

### Investir dans des équipements aéroportuaires électriques

Afin de réduire les émissions des matériels de piste qui fonctionnent majoritairement à énergie thermique, plusieurs actions ont été mises en œuvre en 2012.

#### Air France

- ➔ Campagne de sensibilisation à la réduction de l'utilisation des GPU, installation de plusieurs convertisseurs électriques. 30 parkings ne nécessitent plus la mise en place de GPU, soit une économie carburant de 112 000 litres.
- ➔ Retrait de 20% du parc d'escaliers passagers thermiques grâce à un accès direct aux terminaux avec la mise en service du satellite S4 à Paris-CDG.

#### KLM

- ➔ Dans le cadre de la réduction d'usage de l'APU à Schiphol, KLM a augmenté de 55% le nombre d'équipements de climatisation électrique, soit un parc total de 17 unités.
- ➔ Remplacement de 34 tapis bagages électriques alimentés au diesel par des équipements électriques et introduction de six camions ravitailleurs.

### Privilégier des véhicules plus sobres

Air France-KLM Cargo et Martinair ont introduit leur premier « camion écologique » sur leur réseau routier.

Ce camion transporte ses expéditions « porte à porte » entre les entrepôts et les clients de Schiphol. Il économise 25% à 30% de diesel grâce à sa double alimentation diesel-GPL. KLM teste également dans un programme appelé « La ligne verte », un camion alimenté en biogaz sur la liaison quotidienne Amsterdam et Paris.

En 2012, KLM a étendu l'usage de véhicules entièrement électriques au transport de personnels, au service de catering et à la maintenance. Quatre véhicules électriques sont actuellement en test par Air France sur l'aéroport de Paris-CDG pour s'assurer de leur autonomie et de leur fiabilité avant de prévoir un déploiement plus large.

KLM cherche à utiliser le reste de sa flotte de manière durable. Le succès du test pilote constitué de quarante véhicules entièrement alimentés par du biodiesel durable en septembre 2011 a permis de démontrer que la réduction des émissions de CO<sub>2</sub> pouvait aller jusqu'à 80%. Le déploiement est en cours d'étude.

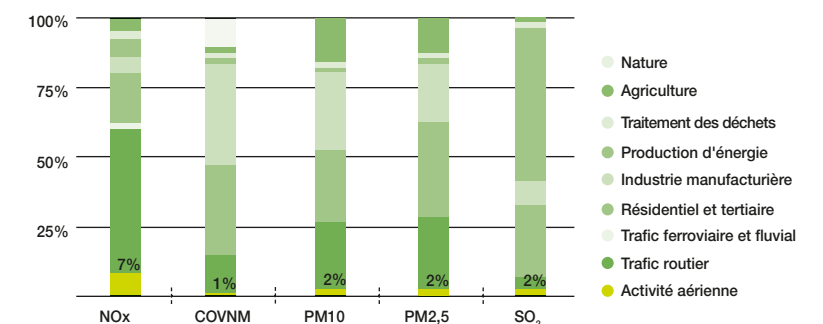
### Maîtriser les impacts sur la supply chain

En 2012, Air France et sa filiale Servair, ont effectué leur Bilan Carbone selon une méthode déposée auprès de l'ADEME (Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie). Bien que ses émissions directes (Scope 1) liées à la combustion du kérosène, représentent 92% du bilan global, Air France a évalué soigneusement ses émissions indirectes (Scope 2) et ses émissions induites (Scope 3).

La centralisation à Schiphol du nettoyage des uniformes, des bleus de travail, des coussins et des couvertures de KLM a permis de réduire de 40% le nombre de kilomètres parcourus, contribuant ainsi à la réduction des émissions locales. ●

## CONTRIBUTION DES SECTEURS D'ACTIVITÉ AUX ÉMISSIONS DE POLLUANTS EN ÎLE-DE-FRANCE

(source : AirParif, inventaire 2007)



## FOCUS

### Des accords de mobilité durable entre entreprises

*Air France est partenaire des plans de déplacements inter entreprises des aéroports de Paris-CDG et de Paris-Orly. Ceux-ci visent à mutualiser avec d'autres entreprises des moyens en faveur d'une mobilité responsable, à engager un dialogue et à élaborer des solutions innovantes afin de développer un usage raisonné de l'automobile pour les déplacements des salariés. En 2012, le groupe a réalisé un guide permettant d'améliorer la lisibilité de l'offre actuelle de transport en commun.*

# Déchets, eau et énergie

Tout au long de sa chaîne d'approvisionnement, Air France-KLM agit pour réduire la génération de déchets et augmenter la part de ses déchets revalorisés. Les déchets sont identifiés par les clients comme une préoccupation principale.

### Éviter et recycler les déchets

Air France a pour ambition d'augmenter la part valorisée de ses déchets de moitié d'ici fin 2013. Parmi les actions mises en œuvre en 2012, les nouveaux casques audio réutilisables permettront d'éviter environ 400 tonnes de déchets par an. Dans le cadre de son projet Optiprint, Air France a réduit ses impressions papier de 40% entre 2008 et 2012, soit plus de 70 tonnes équivalent CO<sub>2</sub> évitées.

KLM a également évité des déchets papier en réduisant la quantité de journaux transportés à bord et en réduisant de 3 à 2 langues les cartes de menus distribués en classe Affaires.

Plus de 70% des déchets non-dangereux de KLM à Schiphol sont dus à la restauration et aux déchets à bord. Ceux-ci représentent environ 15 000 tonnes chaque année soit l'équivalent de la production annuelle moyenne de 14 000 ménages. Afin de réduire les volumes de déchets transportés, une machine de traitement des déchets à bord a été mise en place, permettant de séparer les jus de fruits (600 000 kg) de leurs emballages. Les jus et les liquides sont désormais « digérés » plutôt qu'incinérés.

Dans le cadre du programme SCRAP, Air France a recyclé en 2012 dix-huit tonnes de déchets métalliques aéronautiques, permettant d'éviter la production de 162 tonnes de CO<sub>2</sub>. KLM a, de son côté, étendu ce programme de recyclage des déchets métalliques (environ 50 tonnes) à quatre autres types de déchets : meubles, équipements, palettes et couvertures.

En 2012, Servair a réduit ses déchets incinérés de 3,2% par rapport à 2011 en augmentant par exemple sa quantité de cartons recyclés de 150 tonnes et de journaux magazines de 500 tonnes.

### Donner une nouvelle vie aux déchets

En novembre 2012, Air France a organisé la collecte de 800 téléphones portables usagés, afin de reconditionner ceux qui peuvent être réemployés sur le marché de l'occasion.

Air France organise également la collecte des uniformes usagés. Les vêtements récupérés sont détruits puis transformés en fibre isolante pour véhicules. À terme, 35 000 personnes portant l'uniforme pourraient être concernées par cette opération.



Les uniformes de KLM sont recyclés et transformés en étiquettes bagages et sacs à main. Enfin, les gilets de sauvetage périmés d'Air France sont utilisés pour fabriquer des trousse de voyage (voir photos ci-contre).

### Économiser l'eau

Air France économise 8 millions de litres d'eau par an, grâce à l'application d'ECOSHINE avec des lingettes pour le nettoyage extérieur de sa flotte. Depuis janvier 2012, ce procédé industriel a été étendu au lavage des trains des avions. Biodégradable (96%), non toxique et non inflammable, ce procédé permet de diminuer significativement le besoin de retraitement des eaux usées.

### Réduire nos consommations d'énergie

Les nouveaux bâtiments aménagés par Air France et KLM sont conçus en prenant en compte des critères environnementaux mais aussi de bien-être et d'ergonomie. Les personnels Air France-KLM Cargo et Martinair ont rejoint le nouveau bâtiment « TransPort » de Schiphol. Sa conception en fait l'un des bâtiments les plus exemplaires en matière d'efficacité énergétique des Pays-Bas. De même, la direction informatique de KLM a déménagé dans un nouveau bâtiment dans lequel les principes Cradle to Cradle ont été appliqués. KLM a ainsi ajusté les temps d'exploitation de ventilation des

“ Air France Industries a valorisé 3 000 tonnes de déchets industriels en 2012, soit 60% des déchets produits. 900 tonnes ont trouvé un nouvel usage tel le gilet de sauvetage transformé en trousse de voyage. ”

CLAUDE SANTIN, Responsable Qualité Sécurité Environnement & Développement durable, Air France Industries



bureaux permettant la réduction de 10% de consommation d'électricité dans plusieurs bâtiments (83% de l'électricité dans les bureaux de KLM est issue d'énergie verte provenant d'énergie hydro-électrique). Le bâtiment Equinoxe d'Air France, labellisé HQE en exploitation, sert également de laboratoire de R&D aux bonnes pratiques environnementales visant à être déployées dans les autres bâtiments d'Air France. Air France a pris l'engagement d'améliorer la performance énergétique de ses bâtiments en réduisant de 8% leur consommation énergétique, tant pour ce qui concerne ses bâtiments industriels comme les entrepôts de fret de Paris-Orly, que pour les locaux à usage tertiaire comme le bâtiment Altai à Paris-CDG.

### Maîtriser les impacts de nos activités

Air France et KLM ont un Système de Management Environnemental (SME) certifié ISO 14001 version 2004. Cette norme, fondée sur le contrôle optimal des aspects environnementaux significatifs, le suivi proactif des obligations réglementaires et l'atténuation continue des impacts environnementaux, structure les actions en fonction des objectifs fixés. Elle concrétise l'engagement volontariste du groupe en matière d'environnement et sa maîtrise des risques environnementaux de ses activités.

Certifiée depuis juillet 2008, Air France inscrit les efforts de réduction de ses impacts environnementaux dans un plan d'action. KLM est certifiée ISO14001 depuis 1999 sur l'ensemble de ses activités aux Pays-Bas. Le renouvellement du certificat, pour une période de 3 ans, a été obtenu par Air France en 2011 et par KLM en 2012.

Au-delà de la conformité aux réglementations en vigueur, le Système de Management Environnemental est utilisé comme un outil pour stimuler l'amélioration de la performance environnementale et l'innovation, et de surveiller les évolutions tout le long de la supply-chain. En 2012, Martinair a poursuivi son application des principes de développement durable d'Air France-KLM. Afin d'obtenir la certification ISO 14001 en 2013, plusieurs actions ont été initiées et de nouvelles procédures mises en œuvre.

Le maintien de la certification ISO 14001 d'Air France est inscrit dans le contrat d'objectifs 2013 d'Air France. Les orientations en matière d'environnement pour l'année 2013 s'ajustent au nouveau contexte de l'entreprise et s'inscrivent dans le Plan Transform 2015. Ainsi, les actions en termes d'économies de ressources (énergie, carburant...) et de gestion des déchets seront poursuivies. ●

### FOCUS

#### Des économies d'énergie

Dans le cadre d'un plan d'amélioration d'efficacité énergétique de KLM, une économie de 2,4% de l'énergie des bâtiments a été atteinte. En particulier, la mise en place, après 2 ans de travail, de chaudières séparées eau chaude/chauffage, a permis à KLM d'éteindre plusieurs chaudières durant l'été 2012. Cette opération, ainsi que la mise en place d'un système d'ajustement du chauffage, ont conduit à une réduction globale de 5% de gaz.

# 10%

KLM a ajusté les temps d'exploitation de ventilation des bureaux. Cela a permis la réduction de 10% de consommation d'électricité dans plusieurs bâtiments.

# 83%

de l'électricité consommée par KLM pour ses bureaux provient d'énergie hydro-électrique.

# Recherche et innovation

Air France-KLM soutient les travaux de recherche et d'innovation afin de mieux connaître les impacts environnementaux de ses activités et pouvoir ainsi agir efficacement pour les limiter.

## Progresser sur le climat, le bruit et la qualité de l'air

Air France est membre du Conseil pour la Recherche en Aéronautique Civile (CORAC). Sur le modèle ACARE, et sous l'impulsion de la DGAC et du GIFAS, l'ensemble des acteurs français (industrie aéronautique, compagnies aériennes, aéroports, institutionnels et ministères concernés), se sont regroupés avec la volonté de mettre en cohérence les efforts de recherche et d'innovation. Une feuille de route partagée a été établie jusqu'en 2050. Trois groupes d'experts scientifiques ont été mis en place autour du Changement Climatique, du Bruit et de la Qualité de l'air. Ce dernier a produit en 2012 un rapport faisant état des connaissances relatives à la qualité de l'air sur les aéroports français et leur voisinage, et a proposé trois sujets de recherches approfondies sur cette thématique.

## Investir dans les biocarburants

Plus de vingt partenaires français, dont Air France, réunis autour de la DGAC dans un groupe appelé Ini-FCA (Initiative Futurs Carburants), vise à recenser les projets nationaux et à soutenir les programmes de recherches les plus innovants tels que Probio3 qui étudie la production de lipides à partir de micro-organismes.

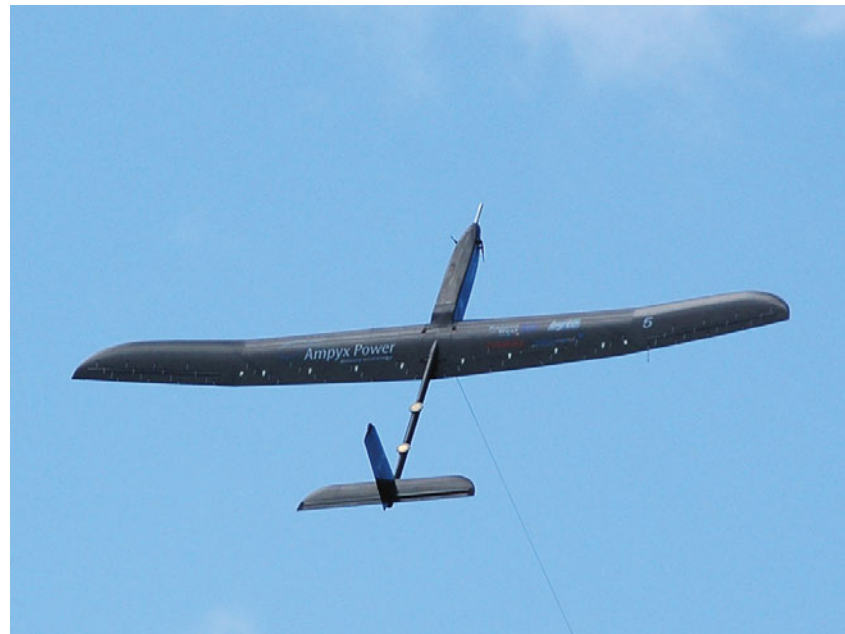
L'aéroport de Schiphol, l'Université d'Utrecht, DSM, SkyNRG, l'Imperial Collège de Londres et KLM participent au projet « Climate KIC » afin de rendre possible un usage structurel des kérosènes renouvelables. Ce groupe souhaite mettre en place un réseau autonome d'approvisionnement de ces carburants, issus de ressources européennes durables, qui pourraient représenter 20% de la demande de kérosène en Europe en 2025 (⊕ voir pages 32-33).

## Soutenir la recherche sur l'énergie éolienne aéroportée

Rabobank, Schiphol, TU Delft et KLM investissent dans le développement de l'énergie éolienne aéroportée, au travers du Fonds d'innovation Mainport. Ce système est constitué de planeurs reliés au sol par un câble à des générateurs électriques (voir photo ci-dessus).

## Favoriser les innovations internes

Au travers du Programme Innovation Qualité (⊕ voir page 59), Air France implique ses collaborateurs dans sa démarche de progrès et d'innovation. En 2012, le



trophée Processus Qualité a ainsi récompensé une innovation permettant de réduire les quantités excessives de kérosène purgé sur les A330/340. Une des récompenses annuelles pour les innovations de KLM a été attribuée à Embraer pour son projet de réduction de temps de demi-tour à quinze minutes qui permettent d'importantes économies.

## Évaluer le roulage électrique

Air France et KLM ont entrepris des travaux d'évaluation de différents systèmes de roulage électrique pour leurs avions moyen-courriers. KLM travaille avec un fournisseur à l'équipement de ses 737 tandis qu'Air France, travaille à l'équipement d'avions A320 avec un autre. Ces études prévoient l'économie de 200 000 litres de carburant par an et par avion.

## Co-développer des solutions

Dans le cadre d'un projet d'innovation commun, avec une filiale du groupe Zodiac Aerospace, Air France-KLM a développé une nouvelle palette de fret, dénommée Hercullight en composite au lieu de l'aluminium traditionnel. Son poids sera allégé de 35% par rapport aux précédentes, soit environ 35 kilos de moins. La mise en œuvre opérationnelle, prévue en 2013, pourrait conduire à des économies de carburants significatives (environ 3 000 dollars par an et par palette, estimation IATA). ●

## 35kg

**Air France-KLM a développé une nouvelle palette de fret, dénommée Hercullight en composite au lieu de l'aluminium traditionnel. Son poids sera allégé de 35% soit environ 35 kilos de moins.**

## 200 000 litres

**Les solutions de roulage électrique à l'étude prévoient l'économie de 200 000 litres de carburant par an et par avion.**

# Biodiversité

L'impact du transport aérien sur la biodiversité est principalement dû au changement climatique induit par les émissions de CO<sub>2</sub>. Cependant, la préservation de la biodiversité reste un enjeu majeur pour Air France et KLM qui s'impliquent dans des projets de protection.

## Donner des perspectives à notre programme malgache

Le Programme Holistique de Conservation des Forêts (PHCF) lancé en 2008 par Air France, la Fondation GoodPlanet et le WWF, sur une superficie de 500 000 hectares à Madagascar, affiche, après quatre ans d'activité, des résultats très positifs.

L'ambition du programme est de réduire la déforestation et la dégradation des forêts, de participer au développement des communautés locales tout en protégeant la biodiversité unique malgache (voir photo ci-dessous). Le programme vise également à faire avancer les connaissances scientifiques sur le carbone forestier. Tous les objectifs fixés en 2008 ont été atteints, voire dépassés :

- 34 000 ménages sensibilisés à des alternatives durables aux cultures sur brûlis, dont 5 000 ont déjà adopté au moins l'une des techniques proposées
- 23 000 hectares de paysages forestiers restaurés
- 2 200 hectares reboisés
- 470 000 hectares de nouvelles aires protégées créées visant à conserver les forêts et leur biodiversité
- 110 transferts de gestion des ressources naturelles aux populations couvrant 322 990 hectares, parmi lesquels 32 déjà officialisés
- 35 millions de tonnes de CO<sub>2</sub> sur 20 ans : c'est l'estimation du potentiel de réduction d'émissions de CO<sub>2</sub> évaluée par les chercheurs associés au projet.



Air France, GoodPlanet et le WWF se sont réunis avec un certain nombre d'experts et sous le patronage du Ministère de l'Environnement et des Forêts et du Ministère de l'Agriculture. En liaison avec les autorités malgaches, les partenaires vont maintenant définir les conditions nécessaires pour pérenniser les acquis du programme et développer de nouvelles ambitions.

## Soutenir des programmes de protection de la biodiversité

Air France-KLM soutient le développement du système REDD (*Reducing emissions from deforestation and forest degradation*), qui vise à réduire les émissions de carbone forestier et à protéger les espèces, tout en améliorant les conditions de vie des populations locales. KLM poursuit sa participation au IUCN (*Leaders for Nature Inspirational Programme for Ecosystems*). Les signataires de ce programme se sont réunis tout au long de l'année pour échanger sur leurs expériences, sur leurs différents projets et ont participé à des ateliers de travail sur les « *biobased ecoservices* » et les travaux du REDD. Dans le cadre de son partenariat avec le WWF-NL, KLM soutient également trois programmes de protection de la nature : le Triangle de Corail en Indonésie, les tortues de mer à Bonaire et un programme de reforestation au Brésil. Investir dans ces projets contribue également à la compréhension des dilemmes liés à la production de biocarburants (⊕ voir pages 32-33).

Dans sa propre activité, KLM est proactive dans son travail de protection de la biodiversité au travers de son service à bord (promotion du poisson, du soja et de l'huile de palme durables) (⊕ voir pages 50-51). ●

## FOCUS

### Voyageurs du futur

*La fondation Missing Chapter, soutenue par la Princesse Laurentien, a organisé un dialogue entre des écoliers et les dirigeants de KLM. En tant que voyageurs du futur, les enfants ont apporté de nouvelles perspectives à une aviation durable. Ils ont ainsi évoqué la réduction du poids et les nouvelles technologies. L'association Pays de Roissy-CDG, créée à l'initiative d'Air France, a organisé un concours pour les écoles du territoire. Le thème « Comment voyez-vous l'avion du futur ? » a permis aux enfants de réfléchir à l'avenir de l'aviation, qu'ils ont illustré par des dessins et des maquettes. Le premier prix, un baptême de l'air, a été remporté par deux classes de Goussainville, une ville proche de l'aéroport Paris-CDG.*

## 35 millions de tonnes de CO<sub>2</sub>

**C'est le potentiel de réduction d'émissions du programme d'Air France à Madagascar sur 20 ans.**

# Société



Destination	Flight	Time	Status
CARACAS	AF 469		
BUCOTA	AF 422		
RIANEY	AF 732 DL 8548		
DUACAROUOU	KL 2218		
AMSTERDAM	AF 1640 NK 8640		
GENEVE	AF 2042 NK 3504		
MADRID	AF 1600 UX 300		
BARCELONE	AF 1640 NK 300		
VERISE			
ISTANBUL			
TUNIS			
LYON			
TOULOUSE			

# Intégrer le développement durable dans l'expérience client

## AMBITION

Nous mettons en œuvre nos engagements d'entreprise responsable dans la relation client et à travers le développement de nos produits et services. Ainsi nous agissons en coopération avec nos fournisseurs et partenaires pour la prise en compte des enjeux liés au développement durable tout au long de la chaîne de service.

## ENGAGEMENTS

Pour gagner la préférence de ses clients et construire une relation durable avec ses partenaires et fournisseurs, Air France-KLM s'engage à :

- Offrir un accueil chaleureux, être disponible et à l'écoute ;
- Mettre en œuvre une politique d'achats responsables ;

→ Poursuivre son engagement en faveur du développement durable à travers l'innovation et l'investissement dans les produits et services offerts aux clients ;

→ Impliquer ses clients dans des actions en faveur du développement durable.

## Objectifs

- Accroître la satisfaction client
- Renforcer la qualité de service dans les trois métiers du groupe
- Poursuivre l'intégration du développement durable dans les produits et services
- Consolider la politique d'achats responsables :
  - Atteindre la proportion de 70% de fournisseurs ayant signé la Charte de développement durable Achats en 2012
  - Augmenter le nombre d'audits RSE

## Réalisations 2012

- Hausse de la note de satisfaction globale de 0,7 points à 7,09 pour Air France et de 0,6 points à 7,25 pour KLM sur une échelle de 10
- Formation de 11 000 personnels navigants et 1 300 personnels au sol aux « Signatures de service » pour fédérer autour de la même vision du service
- Création d'une cellule d'assistance commerciale au sein du Centre de contrôle des opérations de chaque compagnie pour apporter la meilleure assistance aux clients 24h/24 et 7j/7 en cas d'aléas
- Suivi en temps réel des expéditions pour les clients Air France-KLM Cargo et Martinair
- Certification « NF service » de BlueLink, filiale d'Air France, pour ses centres Relation Client à travers le monde (norme européenne NF EN 15838) L'audit a évalué la qualité du service et le savoir-faire de BlueLink comme supérieur aux standards
- Refonte du service de restauration d'Air France en classe « Business » et « Premium Economy » sur les vols moyen-courriers et mise en place de repas « à la carte » sur les vols long-courriers
- Lancement de la classe « European Comfort » par KLM
- Ouverture du plus grand salon d'Air France (3 150 m<sup>2</sup>) au satellite S4 de l'aéroport Paris-CDG
- Dotation de tablettes numériques pour le personnel au sol à Amsterdam Schiphol permettant d'offrir un meilleur service aux clients
- Mise en place de déposes bagages automatiques à l'aéroport Paris-CDG et extension de ces équipements à Amsterdam Schiphol
- Déploiement de « Heart for the customer & quality » un dispositif qui vise à renforcer la satisfaction de tous les partenaires de la chaîne de service du Cargo
- Investissement de 43 M€ par Air France Industries et KLM Engineering & Maintenance dans le banc d'essai moteur localisé à Paris-CDG
- Service d'assistance 24h/24 et 7j/7 dans 7 langues sur les médias sociaux
- Fin 2012, 7 millions d'amis sur Facebook et 655 000 suiveurs Twitter
- Intégration de critères d'éco-conception dans la prescription et le cahier des charges pour la future vaisselle Economy long-courrier
- 18 nouveaux produits correspondant aux standards d'engagement pour une restauration responsable de KLM ont été ajoutés dans les menus servis à bord
- Lancement du KLM BioFuel Program pour les clients corporate
- 72% de chartes signées fin décembre 2012
- 13 audits réalisés en 2012, soit une augmentation de 40%

## RECONNAISSANCES

- Pour la seconde année consécutive, le TIG China Travel Awards a décerné à Air France le titre de « Meilleur service de compagnie aérienne européenne en Chine ».
- Lors de la 9<sup>e</sup> édition du Prix National du Marketing Anàhuac-Al Ries au Mexique, Air France a été élue « Marque de l'année » dans la catégorie transport aérien.
- KLM a reçu le prix « SkyTrax World Airline 2012 » dans la catégorie « Best Airline Staff Service in Europe », un résultat issu d'un questionnaire déployé auprès de 18 millions de passagers de 200 compagnies aériennes dans 160 pays.

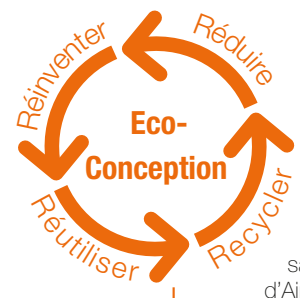


**ÉCOUTE CLIENT**  
**En amont : avant la prescription**  
 → Analyse clients et étude de leurs comportements  
 → Identification des besoins  
 → Étude de la concurrence  
 → Tests clients  
**En aval : suivi de la qualité**  
 → Monitoring de la satisfaction client  
 ⊕ Pour en savoir plus, rendez-vous pages 46 et 47.

**QUELQUES EXEMPLES DE BONNES PRATIQUES**  
 → **Innovation par le digital** pour réduire la consommation de papier et pour répondre aux attentes des clients  
 → **Réduction de notre empreinte environnementale** par l'allègement des équipements de cabine, tels que les fauteuils et les trolleys  
 → **Développement de l'offre de restauration responsable**, notamment en proposant des produits locaux, bio ou labellisés  
 → **Associer nos clients dans notre démarche** par exemple en compensant leurs émissions de CO<sub>2</sub> et en voyageant sur des vols approvisionnés en biocarburant durable  
 ⊕ Pour en savoir plus, rendez-vous pages 50 et 51.

**STRATÉGIE**  
**Cohérence** avec les valeurs des marques Air France et KLM

**INTÉGRATION DU DÉVELOPPEMENT DURABLE DANS LA PRESCRIPTION**  
 → **Application de l'éco-conception** dès l'expression du besoin  
 → **Partage du processus de conception et de la définition du cahier des charges** : image de marque, marketing, directions techniques, achats...  
 → **Lancement de l'appel d'offres** : intégration des critères environnementaux et sociétaux, signature de la Charte de développement durable Achats  
 → **Application de critères RSE** dans la sélection des fournisseurs  
 → **Intégration d'une clause éthique et environnementale** dans le contrat fournisseur  
 → **Suivi fournisseurs** : performance, qualité, audits RSE...  
 ⊕ Pour en savoir plus, rendez-vous pages 48 et 49.



**VALORISATION DES PRODUITS EN FIN DE VIE**  
**Ré-utiliser** : Air France et KLM donnent une seconde vie aux produits en fin de vie : gilets de sauvetage reformés et bâches publicitaires d'Air France transformés en trouses ou sacs ; KLM a fait de même avec ses uniformes reformés.  
**Réduire** : réduire le gaspillage lié à la distribution systématique d'accessoires de confort peu utilisés par le client (par exemple les bouchons d'oreilles) en préférant la distribution à la demande.  
**Recycler** : 80% des articles hors d'usage utilisés pour le service à bord sont recyclés, comme les plateaux repas reformés qui sont réutilisés dans la fabrication des couverts offerts en classe Economy ; les déchets de restauration à bord sont incinérés en France et aux Pays-Bas, conformément à la réglementation européenne, puis valorisés dans la production d'énergie.

# Notre démarche

Air France-KLM concrétise son engagement d'entreprise responsable dans le développement des produits et services offerts aux clients. La démarche s'appuie sur l'écoute client, l'intégration de critères environnementaux et sociétaux dans la prescription et la sélection des fournisseurs, afin de les associer à la prise en compte des enjeux du développement durable tout au long de la chaîne de service, de la conception à la fin de vie. L'engagement de tous les partenaires est nécessaire pour y parvenir.

# Dialogue client

Le dialogue et l'écoute client sont au cœur de la mise en œuvre des produits et services. Ils participent pleinement à l'intégration du développement durable dans l'expérience client, comme en témoignent les exemples de réalisations 2012 ci-dessous.

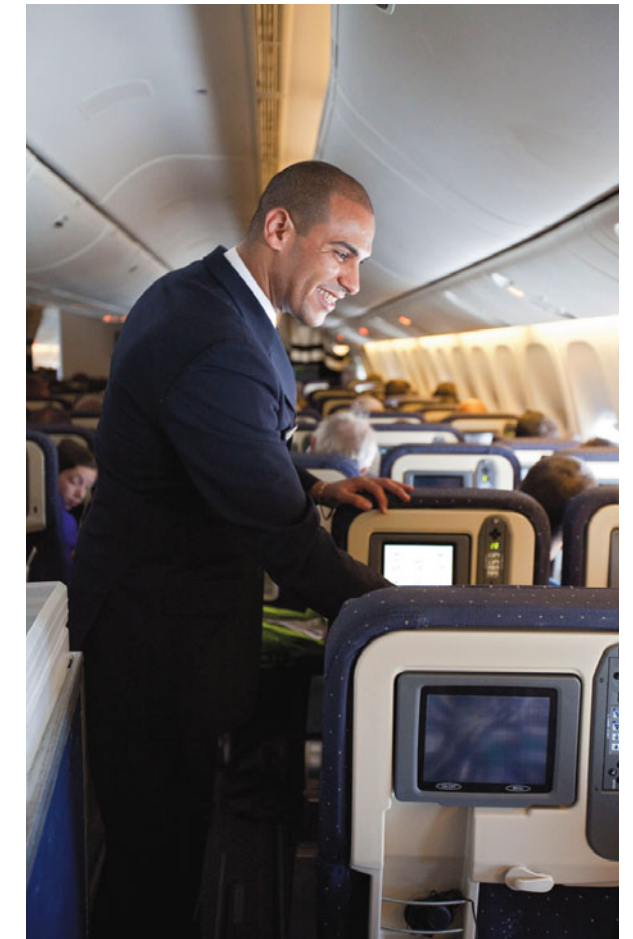
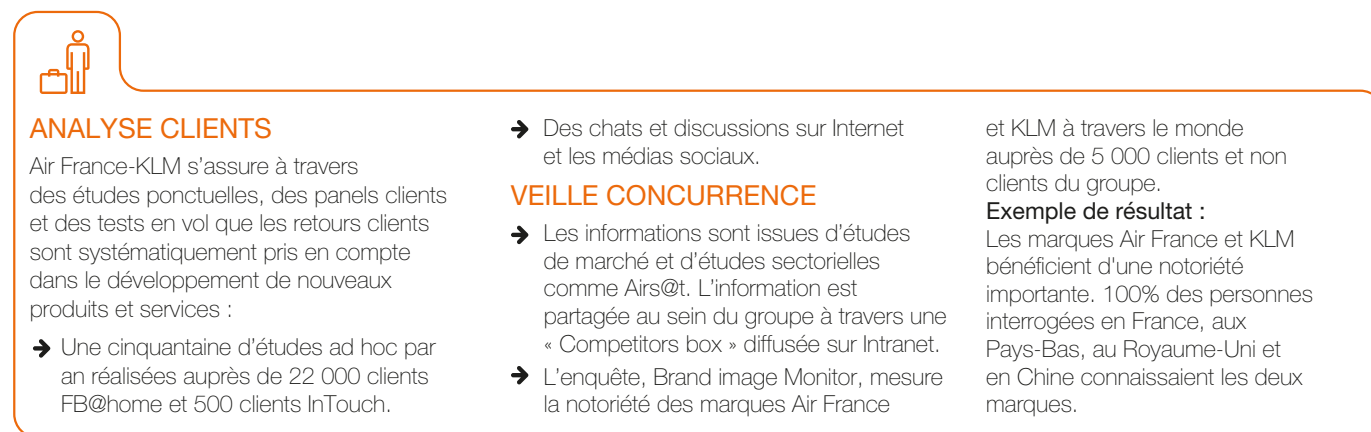
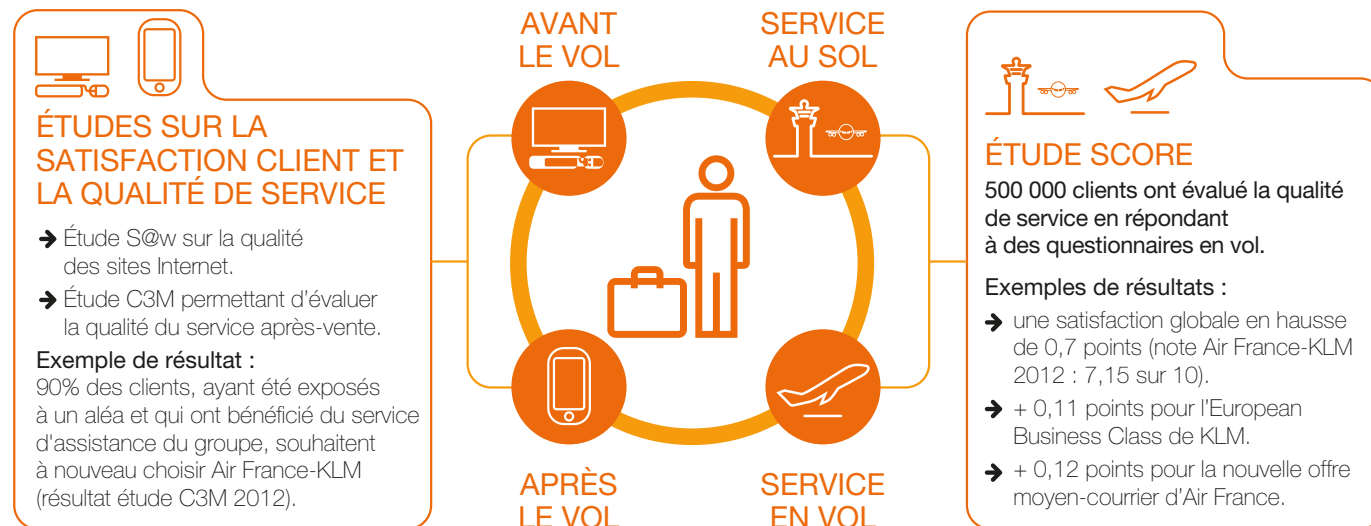
→ Air France a accueilli à Paris-CDG une quarantaine de membres FlyerTalk, la plus importante communauté de voyageurs aériens sur le Web, pendant 2 jours durant lesquels ils ont pu exprimer leurs opinions sur Air France et ses concurrents. Au programme, rencontres avec le Président et les chefs de produits, ateliers et visites des installations.

→ Air France-KLM Cargo a partagé ses engagements développement durable avec 250 clients dans le cadre d'un « *CSR meeting SkyTeam* ».

→ KLM a réalisé plusieurs tests avec ses clients et intégré leurs remarques dans le développement du nouveau fauteuil de sa « *World Business Class* ».

→ En 2012, Air France-KLM a créé Customer Insight, un service unique qui regroupe les activités de mesure de la satisfaction client et de la qualité de service, l'analyse client et la veille concurrence. La force du dispositif : placer l'écoute client au cœur du développement des produits et services. ●

## CUSTOMER INSIGHT



### Avoir l'ambition d'excellence dans la relation client

→ En 2012, plus de 2400 personnels navigants commerciaux ont suivi la formation « *World Business Master Class* » de KLM. Une attention particulière est portée aux gestes de service et à la qualité d'accueil, faisant du savoir-faire de l'hospitalité le thème central de cette formation.

“ Au-delà du savoir-faire, le service est en premier lieu une question d'attitude qui doit être cohérente avec l'image de la marque et porter ses valeurs. Retrouver le plaisir de faire plaisir et le plaisir de créer un lien, telle est l'ambition du projet Signatures de Service. ”

NATHALIE SIMMENAUER, Directrice du Projet Culture Client, Air France

### FOCUS



#### KLM Takes Care

En juin 2012, KLM a lancé son site Internet *KLM Takes Care* dédié au développement durable, à l'information, au dialogue et à l'échange entre internautes sur ce sujet. *KLM Takes Care* réunit, sous un nom commun et un logo dédié, toutes les actions que la compagnie entreprend en matière de développement durable et facilite leur identification par le client, comme par exemple les produits de restauration labellisés servis à bord ou les véhicules utilitaires électriques utilisés à l'aéroport (⊕ [www.klmtakescare.com](http://www.klmtakescare.com)).



# Achats responsables

En tant qu'entreprise de services, l'activité d'Air France-KLM est liée en grande partie à ses achats et la coopération avec environ 4200 fournisseurs.

Les principaux domaines d'achats sont la flotte, le carburant, les redevances aéroportuaires et de navigation, les prestations de service et la maintenance des avions et 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 et participent à améliorer la rentabilité de l'entreprise.

## Déployer une politique d'achats responsable

La fonction Achats combinés d'Air France-KLM déploie depuis plusieurs années une politique d'achats responsables visant à inscrire les principes de responsabilité sociétale dans ses relations avec les fournisseurs en renforçant la maîtrise des risques éthiques, sociaux et environnementaux. Le processus d'achats se déroule à travers quatre étapes :

- 1 Avant le lancement et/ou au cours de l'appel d'offres le fournisseur reçoit un questionnaire qui aborde les thèmes de la RSE et l'invitation à signer la Charte de développement durable Achats fondée sur les principes du Pacte mondial ou à fournir un document équivalent qui pourra être validé après analyse. En 2012, la part des fournisseurs ayant montré leur engagement en faveur du développement durable a augmenté de 21% et s'établit à 72%.
- 2 Au cahier des charges sont annexés des critères permettant d'évaluer l'impact sociétal et environne-

“ Les Achats assurent un rôle de contrôle en matière de développement durable. Cependant, nous ne pouvons agir sans nos partenaires. Nous devons gérer le processus achats responsables avec la plus grande attention tout au long de la chaîne d'approvisionnement. ”

PETER SCHELVIS, Directeur des achats du groupe Air France-KLM

mental du produit ou service quand ceci est pertinent. Ils sont pris en compte lors de l'évaluation des offres fournisseurs et intégrés dans l'évaluation du coût de possession et de l'analyse du cycle de vie.

3 Le contrat fournisseur comporte une clause éthique et environnementale.

4 À côté des audits qualité des fournisseurs, le groupe a mis en place des audits RSE depuis 2011. Ainsi, 13 audits RSE ont été réalisés en 2012. Ces audits, menés dans des pays identifiés à risques dans le domaine de la corruption, des droits de l'Homme et de la politique environnementale, ont permis d'identifier des axes d'amélioration. Un focus réalisé sur les actions de suivi dans le domaine environnemental a permis de mettre en avant que 60% des écarts notifiés ont été résolus grâce à la mise en place d'actions correctives par les fournisseurs.

Une campagne d'évaluation RSE des fournisseurs complètera dès 2013 le dispositif d'audit sur site. Elle permettra de toucher une cible plus large et d'avoir une meilleure visibilité sur le système de management et sur les bonnes pratiques mises en œuvre par le fournisseur.

## FOCUS

### Impliquer les acheteurs

Chaque acheteur d'Air France-KLM doit adhérer à un code de déontologie décrivant les règles éthiques à respecter dans la relation avec le fournisseur. Ce document ainsi que la Charte de développement durable Achats sont accessibles sur le site internet Achats du groupe.

Un dispositif interne a été mis en place pour orienter les acheteurs dans leurs décisions d'achats responsables :

- liens internet permettant de mieux connaître les bonnes pratiques environnementales ;
- formations et séminaires pour sensibiliser les acheteurs et développer leurs compétences pour une meilleure prise en compte des critères environnementaux et sociaux dans leur travail.



## Associer nos fournisseurs à notre démarche

Par sa politique et le volume de ses achats Air France-KLM exerce un effet de levier sur ses fournisseurs et encourage les pratiques responsables au sein de la chaîne d'approvisionnement. La démarche repose aussi sur le dialogue et une coopération étroite avec les fournisseurs. À travers des réunions de suivi de la performance, des événements ou la participation à des forums et groupes de travail, ainsi qu'un site internet dédié ([www.af-klm.com/procurement](http://www.af-klm.com/procurement)), la fonction Achat entretient une relation continue avec les fournisseurs.

Même si le pouvoir d'influence du groupe est plus restreint dans des domaines d'achats peu concurrentiels, tels que l'achat de fuel ou l'achat d'avions, les exemples de projets ci-dessous, menés en 2012, témoignent de sa volonté de faire de ses fournisseurs des partenaires de sa démarche développement durable.

- Air France a fait de l'éco-conception un critère de sélection dans son appel d'offre pour la future vaiselle Economy long-courrier. Le fournisseur retenu a construit sa démarche d'éco-conception sur cette nouvelle exigence de la compagnie et développé un outil spécifique permettant d'analyser les gains de CO<sub>2</sub> liés à la nouvelle solution.
- Air France-KLM et Alitalia ont signé un contrat pour trois ans avec Van Houtum, un fabricant de serviettes en papier localisé aux Pays-Bas. La fabrication du papier se déroule selon un processus optimisé permettant de réduire la production de déchets.
- Air France a reçu le prix de l'Innovation APF 2012 décerné par APF Entreprises pour la réalisation de ses casques audio re-conditionnables de la classe Economy long-courrier. Un projet développé avec le secteur adapté qui a permis une réduction de 400 tonnes de déchets par an.
- Air France est signataire de la charte « Pour des politiques soutenues et innovantes d'achat et de sous-traitance auprès du secteur protégé et adapté »

initiée par le gouvernement français et a réalisé un chiffre d'affaire de 15 millions d'euros auprès de ce secteur en 2012.

- Dans le cadre des appels d'offres pour le transport du fret routier Air France-KLM Cargo interroge les fournisseurs sur leurs émissions de CO<sub>2</sub>. Après avoir déterminé les critères d'évaluation en matière de RSE, la performance du fournisseur sur ces critères est devenue une partie intégrante de la comparaison des offres et de la prise de décision.
- L'activité Engineering & Maintenance a équipé deux 747 d'Air France avec la nouvelle classe Economy. Les anciens sièges ont été démantelés par le fournisseur afin de valoriser les composants (structure, assise, câblages électriques...) avec un impact environnemental réduit.
- Par son volume d'achats et la coopération avec des partenaires, KLM a réussi à convaincre un de ses fournisseurs à proposer des poulets issus d'élevages qui respectent les critères du label « *Beter Leven* », initié par l'association néerlandaise de la protection et du bien-être des animaux ; un véritable challenge au vu de l'investissement financier, de la disponibilité du produit et de l'engagement des sous-traitants. ●

“ L'association néerlandaise pour la protection et le bien-être des animaux a développé le label « *Beter leven* » pour améliorer les conditions d'élevage de millions d'animaux, en coopération avec les entreprises et les éleveurs. Le soutien actif de KLM montre la faisabilité d'un approvisionnement responsable et donne l'exemple à d'autres entreprises et aux consommateurs. ”

FRANK DALES, Président de l'association

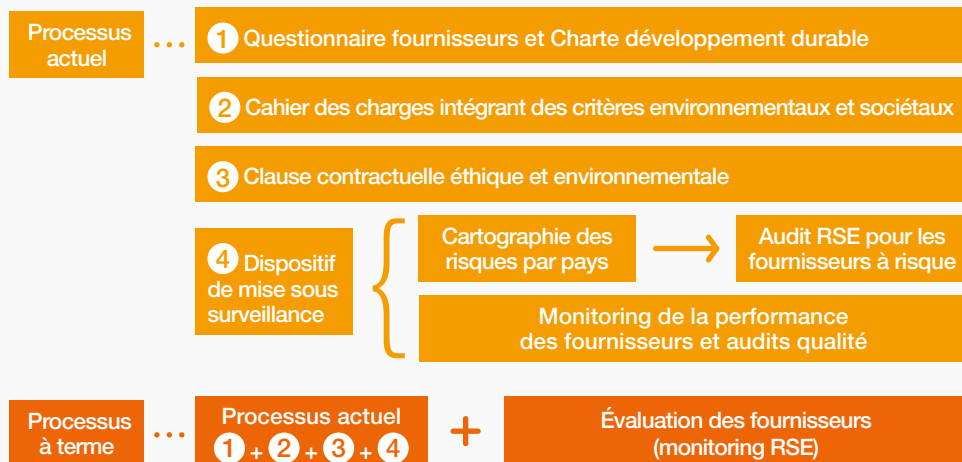
## FOCUS

### Les achats, un levier pour le développement local

Quelques exemples illustrent le volume de produits qu'Air France et KLM achètent annuellement auprès des producteurs locaux pour le service à bord : → environ 4 millions de bouteilles de vin et de champagne, proposées à bord des avions d'Air France, produites dans les grandes régions viticoles françaises, soit 100% de la cave d'Air France.

- 8 millions de portions de beurre et de fromage, 237 tonnes de biscuits, 250 tonnes de poissons crus et fumés ainsi que 3 millions de cassolettes de plats chauds fabriqués en Bretagne.
- 14,4 millions de portions de fromage et de beurre et 465 000 litres de lait biologique en provenance des Pays-Bas servis à bord des avions de KLM.
- 20 000 bouteilles de vin produit dans la région néerlandaise du Zeeland.

## PROCESSUS ACHATS RESPONSABLES DU GROUPE



# Nos produits et services exemples de bonnes pratiques

## 1 Le digital, un atout essentiel

→ Les équipes Air France-KLM sont accessibles sur les médias sociaux 24h/24 et 7j/7, répondent dans 7 langues et offrent une assistance aux clients Flying Blue.  
→ Presse digitale  
Air France offre plusieurs millions de journaux et de magazines par an à ses clients à travers le monde, dans les salons, les salles d'embarquement et à bord des avions. Après le déploiement de tablettes dans les salons à Paris-CDG, la presse digitale est proposée en première

mondiale, sur tablette numérique, depuis avril 2013, aux clients abonnés France et sera ensuite étendue. Elle permet de réduire de façon significative les déchets en cabine et les émissions de CO<sub>2</sub> générées par son transport (par exemple, 280 kg pour un A380). La mutation se fera progressivement, en étroite coopération avec tous les acteurs.  
→ E-Fret  
La digitalisation des documents de fret permettra d'économiser plus de 7 800 tonnes de papier, l'équivalent du chargement de 80 Boeing 747 de fret.

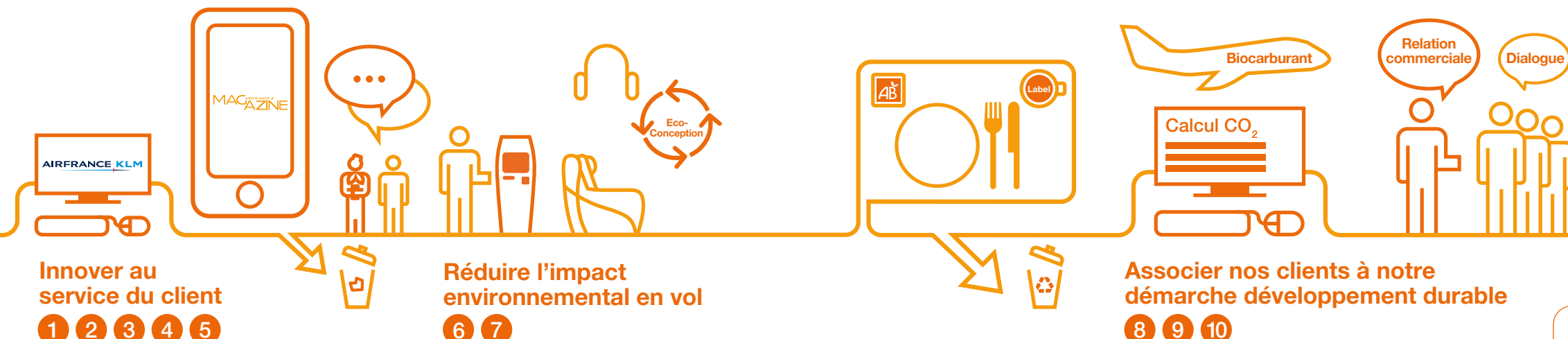
## 6 Des équipements de cabine allégés

Le nouveau fauteuil « Business » long-courrier d'Air France est plus léger tout en assurant un meilleur confort au client, grâce à un travail sur la fonctionnalité. Il permet un triple dividende : une meilleure satisfaction client (+ 0,8 point), une économie annuelle de 450 tonnes de carburant et une baisse des émissions de CO<sub>2</sub> de 1 420 tonnes par an. Transavia a lancé *Boeing Sky Concept*, une cabine équipée de lumières LED et de fauteuils en cuir fabriqué à partir de matières recyclées, un produit innovant qui assure un meilleur confort.

## 7 Une offre de restauration responsable

Air France a été la première compagnie au monde certifiée ISO 22000 (sécurité alimentaire) en 2006. Pour ses achats de restauration, Air France et sa filiale de catering Servair privilégient les produits locaux et de saison. Quelques exemples de produits responsables :  
→ Des produits garantissant des conditions d'élevage et d'alimentation animale : saumon bio, poulet fermier Label Rouge, yaourts ou fromage blanc bio.  
→ 1,46 million de portions de confiture et de miel 100% naturels sans pectine et additifs, fabriqués par un fournisseur français du secteur adapté.  
→ Un nombre croissant de produits servis en snack salés ou sucrés ne contenant plus d'huile de palme.

KLM augmente tous les ans le nombre de produits certifiés ou labellisés qui participent à la préservation de la biodiversité, comme l'huile de soja et l'huile de palme certifiés, ou qui respectent le « bien-être animal ». En 2012, 18 produits ont ainsi été ajoutés, comme 100% de café labellisé UTZ ou du poulet et veau labellisés « *Beter Leven* ». KLM est la première compagnie aérienne qui promeut l'utilisation du logo Greenpalm. L'approvisionnement responsable a été étendu aux escales à l'international, avec la certification MSC pour le poisson à Paramaribo. OAT (filiale de Servair) a été certifiée pour la fabrication de plateaux repas bio.



### Innover au service du client

1 2 3 4 5

### Réduire l'impact environnemental en vol

6 7

### Associer nos clients à notre démarche développement durable

8 9 10

## 2 Une cellule commerciale dédiée

placée au sein du Centre de contrôle des opérations de chaque compagnie pour apporter une meilleure assistance aux clients 24h/24 et 7j/7 en cas d'aléas.

## 3 Repenser le service au sol

S'appuyant sur le constat que les e-services rendent le client plus indépendant, le personnel au sol de KLM a lancé un programme d'innovation partagée avec les clients, sur des nouveaux services à mettre à leur disposition.  
**Un personnel au sol connecté**  
Le personnel au sol de KLM à l'aéroport Amsterdam Schiphol est dorénavant équipé de tablettes numériques qui permettent de mieux répondre aux besoins des clients.

## 4 La modernisation des infrastructures : Hub 2012

Le groupe a modernisé ses infrastructures pour améliorer le service aux clients : un parcours client simplifié, un nouveau Terminal S4 et encore plus d'attentions pour les clients Premium. (parcours SkyTeam Priority et nouveau salon).

## 5 SkyPriority

SkyTeam assure un standard de service unique aux clients de la classe Business et aux membres SkyTeam Elite (Flying Blue Platinum & Gold), comme des parcours « priorité » dans toutes les escales SkyTeam qui participent au programme. SkyTeam est la première Alliance à proposer ce type de dispositif.

## 8 KLM BioFuel Program

KLM propose désormais aux clients de devenir partenaires du BioFuel Program et de réaliser une partie de leurs voyages sur des vols approvisionnés en biocarburant. Ce type de partenariat innovant est une première pour une compagnie aérienne. Accenture, Ahold, Nike, DSM, Philips, Heineken and Amsterdam Airport Schiphol ont participé au lancement du projet, faisant ainsi la démonstration de leur engagement en faveur du développement durable et contribuant au développement du marché des biocarburants durables pour l'aviation.

## 9 Calcul et compensation de CO<sub>2</sub>

Le groupe met à la disposition de ses clients un calculateur de CO<sub>2</sub> et des programmes de compensation. Un reporting détaillé des émissions de CO<sub>2</sub> est offert aux clients corporate.

## 10 Dialogue client

Depuis 2007, Air France-KLM invite ses clients à s'exprimer sur leurs attentes en matière de développement durable pour le groupe et leur perception sur les initiatives mises en place. Les actions identifiées comme prioritaires en 2012 sont : la réduction de l'impact environnemental et les actions en faveur du développement socio-économique des territoires desservis. Air France-KLM forme ses chargés d'affaires au développement durable afin de donner aux clients corporate une meilleure connaissance des actions mises en place par le groupe. ●

# Promouvoir une politique de ressources humaines responsable

## AMBITION

Nous accompagnons le plan de transformation du groupe Air France-KLM en maintenant une politique sociale responsable et l'implication des salariés à l'atteinte des résultats de l'entreprise. Nous poursuivons le développement des compétences pour garantir le professionnalisme des salariés et leur employabilité afin de répondre aux besoins en ressources internes.

## ENGAGEMENTS

L'ambition d'Air France-KLM s'articule autour des engagements suivants :

- Conduire le changement en animant un dialogue social de qualité avec les salariés et les représentants du personnel ;
- Promouvoir la sécurité et la santé au travail ;

→ Développer l'employabilité des salariés en menant des actions de formation, en améliorant la mobilité et la flexibilité ;

→ Favoriser le respect, le bien-être et l'équilibre de la vie au travail ;

→ Encourager la diversité et faire émerger les talents.

## Objectifs

- Mener un dialogue social de qualité
- Favoriser la mobilité
- Développer l'accueil d'alternants
- Former les salariés pour développer leur employabilité
- Réduire de 30% le taux de fréquence des accidents au travail sur la période 2012-2014
- Poursuivre les engagements pris en faveur de la diversité

## Réalisations 2012

- Personnel au sol : nouvelle convention d'entreprise et accord triennal de gestion prévisionnelle des emplois et des compétences
- Pilotes : accord de productivité
- 26 sessions du CCE et 3 réunions du Comité de Groupe Européen
- 1 381 mobilités au sein de l'entreprise, 102 personnels au sol ont accédé au statut de cadre
- 304 offres internes publiées dans la Bourse de l'Emploi
- Doublement de 0,5% à 1% de l'effectif sur l'année, représentant l'accueil de plus de 1 000 alternants
- 95% des salariés (dont 100% de PN) ont suivi des actions de formation
- 7,78 % de la masse salariale consacrés à la formation
- 14,6 % des formations PS réalisées dans le cadre du DIF (+0,6 pts par rapport à 2011). PNC : 15% des heures réalisées en formation DIF
- Réduction de 3% du nombre d'accidents au travail (taux de fréquence : -0,1%)
- Réduction de 2% du taux de gravité
- Dans le cadre du 3<sup>e</sup> accord triennal sur l'égalité femmes-hommes, mesures de compensation salariale pour 474 femmes
- Taux d'emploi de 4,42% de salariés handicapés (4,17% en 2011)

## Objectifs

- Favoriser l'employabilité par la mobilité
- Favoriser l'employabilité par la formation et le développement personnel
- Promouvoir la santé et la sécurité au travail : objectif « Zéro accident »
- Nombre d'accidents graves : inférieur à 4 accidents
- Taux de fréquence des accidents : inférieur à 4,1 accidents avec arrêt par million d'heures travaillées
- Encadrer l'absentéisme
- Encourager une culture de la diversité
- Développer la flexibilité

## Réalisations 2012

- 394 salariés ont participé à un programme d'évolution professionnelle et 453 à un atelier
- 124 salariés ont reçu une formation pour améliorer leurs compétences
- Validation des acquis de l'expérience : 91 participants (100 en 2011)
- Sur 2 ans, 164 salariés ont reçu un diplôme à travers la VAE (27 en cours)
- 3 accidents graves : objectif atteint. Objectif conservé pour 2013
- Taux de fréquence : 4,73 accidents avec arrêt par million d'heures travaillées. Objectif 2013 inchangé
- Accord des syndicats pour discuter d'une nouvelle politique de mesure des radiations
- Poursuite de la mise en œuvre du système de gestion de la sécurité
- Réduction du taux d'absentéisme à 5,24% (6,11% en 2011)
- CSR Cafés sur la diversité
- 2 sessions ouvertes à tous les salariés pour échanger sur la diversité au sein de KLM
- Nouveaux accords collectifs favorisant la mobilité et facilitant le passage à temps partiel

# Dialogue social

## Répondre aux enjeux économiques

Dans le cadre du Plan Transform 2015 décliné au sein d'Air France et de KLM, chaque compagnie a passé en revue tous les accords collectifs relatifs à la masse salariale, aux effectifs et au temps de travail. Un processus de négociation propre à chaque compagnie, inscrit dans une dynamique de dialogue social permanent, a permis de définir un nouveau cadre social qui vise à atteindre les objectifs du Plan.

Au-delà de mesures conjoncturelles immédiates, des mesures plus structurelles ont été définies pour améliorer la productivité et garantir un retour durable à la compétitivité.

Pour Air France, l'objectif est d'améliorer de 20% l'efficacité économique à l'horizon 2014, par rapport à 2011, via tous les leviers à sa disposition inscrits dans les accords d'entreprise.

Chez KLM, les organisations syndicales représentatives ont été invitées à participer à la réflexion sur la situation financière de la compagnie et sur les objectifs de Transform 2015. Ces échanges ont permis de définir de façon concertée le cadre dans lequel se sont inscrites les négociations. La compagnie s'est également fixé un objectif de réduction de 10% des effectifs des fonctions support, sans départ contraint.

## Définir un nouveau cadre conventionnel

Les négociations, débutées à Air France au printemps 2012, devaient permettre de mettre en œuvre les mesures nécessaires à l'atteinte de 20% d'efficacité économique en contrepartie de la préservation du périmètre d'activités de la compagnie, la garantie d'absence de départs contraints et l'absence de baisse des salaires. Ces négociations se sont conclues par la signature d'un accord de productivité avec les pilotes en novembre 2012 et, pour le personnel au sol, par une nouvelle Convention d'Entreprise, par un accord de Gestion Prévisionnelle des Emplois et des Compétences signé en juillet 2012, ainsi que par un nouvel accord sur l'aménagement du temps de travail signé en janvier 2013.

Suite à ces signatures, et conformément à son engagement, Air France a mis en œuvre les modalités de gestion du sureffectif sur la base du volontariat : plans de départs volontaires et mesures aidées.

Les discussions avec le personnel navigant commercial se sont poursuivies au-delà de décembre 2012.

Fin 2012, KLM a signé avec les organisations syndicales des nouveaux accords collectifs en vigueur

jusqu'en 2015. Les mesures adoptées visent à diminuer les coûts de travail tout en préservant l'emploi, notamment le gel des salaires et l'augmentation des jours travaillés pour l'ensemble des personnels. En facilitant la mobilité et par des mesures sur la réduction du temps de travail, KLM s'est engagée, dans le cadre de cet accord, à ne procéder à aucun départ contraint « *Keeping the family together* ». L'équité entre tous les personnels a été au cœur des négociations.

## Valoriser le dialogue social

Dès le lancement du Plan Transform 2015, la transparence du dialogue social a prévalu. En 2012, lors des 26 sessions du Comité Central d'Entreprise d'Air France, les partenaires sociaux ont été consultés et informés sur les résultats et les mesures de redressement de la compagnie. 3 réunions du Comité de Groupe Européen ont été organisées sur des sujets tels que l'évolution de l'organisation du groupe.

Chez KLM, les syndicats représentant le personnel au sol, les pilotes et le personnel navigant commercial se réunissent chacun une fois par mois. En 2012, 29 réunions supplémentaires ont été organisées dans le cadre de Transform 2015.

Dans le cadre de l'accord collectif 2012-2014, KLM a également ouvert des négociations avec les organisations syndicales sur les fonds de pension et sur la nouvelle réglementation à venir.



## Favoriser la formation et la mobilité

La formation accompagne les transformations du groupe et les projets individuels des salariés, contribuant ainsi à leur employabilité et au développement de leurs compétences. En 2012, Air France-KLM a maintenu un taux d'accès important à la formation. À Air France, les formations réalisées dans le cadre du Droit Individuel à la Formation (DIF) sont en légère progression. Les personnels navigants commerciaux ont réalisé ces formations sur leur temps de travail, alors que jusque-là celles-ci se déroulaient uniquement hors du temps de travail.

KLM a poursuivi ses efforts pour permettre à davantage de salariés d'acquies un diplôme à travers le dispositif de validation des acquis de l'expérience (VAE).

La simplification de la grille de classification des emplois à Air France, intégrée à Transform 2015, accompagne la simplification des organisations, permet une meilleure fluidité des mobilités inter-métiers, et contribue à maîtriser l'évolution de la masse salariale. Des outils tels que l'Espace Mobilité, l'Observatoire des métiers et la Bourse de l'Emploi sont à la disposition des salariés. Chez KLM, de nouvelles mesures favorisant la mobilité interne ont été instaurées, en accord avec les syndicats. Les 255 salariés de la Maintenance (E&M) concernés par la sortie programmée des Boeing 747 de la flotte, ont tous trouvé un nouveau poste en 2012. Des formations et un suivi individualisé ont rendu possibles ces mobilités. Inscrit dans l'engagement « *Keeping the family together* », ce projet est une référence dans la compagnie.

L'atelier KLM « *Open Doors to your future* » informe les salariés sur les différentes possibilités d'évolution

de carrière. Au sein de la direction Commerciale, le programme « *Room for Growth* », encourage les salariés à être plus mobiles.

Le programme *Asian Trail* permet à 10 collaborateurs de talent en Asie de participer à des formations et de rencontrer des collègues basés dans d'autres pays.

Malgré le contexte économique, Air France et KLM continuent d'assumer leur responsabilité vis-à-vis des futurs entrants sur le marché du travail, en leur offrant la possibilité d'acquies une expérience professionnelle de qualité. En 2012, Air France a renforcé son engagement en faveur de l'alternance en doublant le nombre d'apprentis (1 000 accueils réalisés) et KLM a accueilli 801 étudiants en stage, un nombre qui reste stable chaque année. ●

# 7,78 %

Pourcentage de la masse salariale consacrée à la formation à Air France.

# 2939 €

Dépense en formation par salarié à KLM.

## FOCUS

### Air France et KLM : engagement et attractivité

→ Le 19 décembre 2012, Alexandre de Juniac, Président-directeur général d'Air France a reçu le Prix du Manager de l'année, décerné par le magazine *Le Nouvel Économiste*. Un prix qu'il a souhaité partager avec tous les salariés de la compagnie.

→ Air France et KLM apparaissent régulièrement dans les palmarès des entreprises préférées en France et aux Pays-Bas. Selon une étude LinkedIn, KLM se place en 5<sup>e</sup> position. L'enquête *Universum* auprès de 31 000 étudiants français classe Air France parmi les 10 premiers.

VNU Media and Effectory of Best Employer classe KLM en 2<sup>e</sup> position dans la catégorie « Meilleur employeur », enquête réalisée aux Pays-Bas auprès de 190 000 personnes invitées à évaluer leur employeur.



# Santé et sécurité

Au cœur de Transform 2015, la préservation de la santé et de la sécurité au travail est réaffirmée comme l'un des fondamentaux d'Air France-KLM. Le groupe entend poursuivre à un rythme soutenu les démarches engagées et améliorer les résultats. La sécurité ne fera l'objet d'aucun compromis.

## Piloter les objectifs

En 2012, le groupe a poursuivi ses actions de sensibilisation et de mobilisation. Chez Air France, le nombre d'accidents au travail a baissé de 3%, un taux toutefois inférieur à l'objectif fixé.

KLM, avec 3 accidents graves, a atteint l'objectif fixé à moins de 4 accidents graves ayant entraîné une hospitalisation. En revanche, l'objectif de rester en-deçà du ratio de 4,1 accidents avec arrêt par million d'heures travaillées a été dépassé de 0,63 point.

Le pilotage de ces objectifs est suivi au plus haut niveau. Ainsi à Air France, l'implication continue du Comité exé-

cutif est déclinée dans chaque entité, à travers un contrat triennal d'objectifs chiffrés.

## Sensibiliser, détecter et partager pour mieux prévenir

Pour placer la prévention et la promotion de la culture sécurité au centre de la démarche, le groupe s'engage sur plusieurs axes :

→ Intégration de la dimension sécurité au travail dans la conduite de projets et développement des approches ergonomiques.

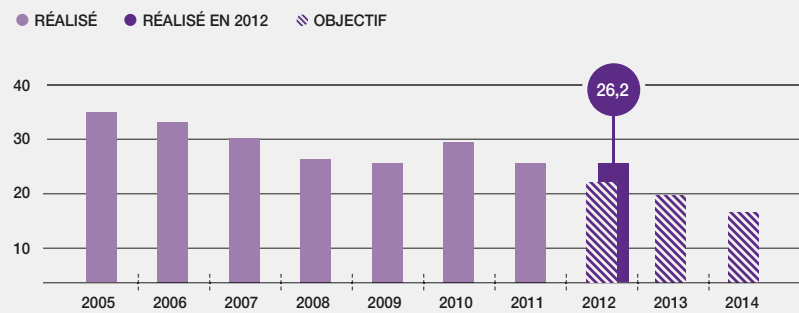
Le programme « Ergo-coach » permet de former les collaborateurs de KLM aux enjeux de la santé au travail. Développé à la Maintenance, ce programme est mis en place au Cargo avec 40 ergo-coachs. Air France dispose d'une unité centrale « Ergonomie » et d'ergonomes au plus près des secteurs opérationnels.

“ Ne jamais faire aucun compromis sur la sécurité est notre priorité. La démarche sécurité de KLM met l'accent sur la sensibilisation par l'entraide et l'encouragement mutuel. Le programme de prévention « *Just Culture* » permet d'apprendre de ses erreurs en communiquant de façon transparente. C'est ainsi que la sécurité demeure au cœur de notre activité. ”

JORDIE KNOPPERS,  
Program manager KLM Safety Culture

## TAUX DE FRÉQUENCE GLOBAL AIR FRANCE

Nombre d'AT avec arrêt par million d'heures travaillées



## FOCUS

### Une idée PIQ qui tourne rond

Lors des opérations d'entretien, le moteur est placé sur un support dont le bâti est carré. Outre les risques de chocs, les interventions ne sont pas aisées et peuvent être à l'origine de troubles musculo-squelettiques.

Grâce à son expérience, Philippe, agent méthode à Air France Industries, a créé une plate-forme ronde, adaptée à la forme du moteur et aussi à l'ergonomie du poste de travail. Des améliorations qui réduisent concrètement les risques de chutes et de blessures.

→ Implication du management opérationnel et des collaborateurs pour détecter les situations sensibles et encourager le traitement préventif.

Chez KLM, le programme « SafetyF@cts » propose aux managers une formation mensuelle interactive en ligne sur les risques au travail. La convention annuelle Santé Sécurité au Travail d'Air France est l'occasion de décerner les trophées performance sécurité à des managers d'entités opérationnelles, saluant des initiatives efficaces.

→ Dispositifs de retour d'expérience pour le partage des événements et leur traitement.

Air France a mis en œuvre « e-care » un nouveau système de gestion des événements et des audits, utilisé par les entités opérationnelles, qui permet de centraliser et de traiter toutes les données intéressant la sécurité.

KLM a mis en œuvre de nouvelles mesures pour prévenir les risques de brûlures pour les personnels navigants commerciaux : amélioration de l'emballage des plats chauds, cafetières placées plus bas dans les espaces de rangement.

→ Partage des « Bonnes Pratiques Sécurité », organisation de conventions et de forums pour sensibiliser et informer sur les risques professionnels et leur prévention.

→ Formations à la prévention des risques destinées aux salariés, régulièrement adaptées à l'évolution de la réglementation et des outils.

Le Cargo et la Maintenance de KLM ont instauré un système de « Work Permits » garantissant le respect de standards de sécurité pour les personnels des sous-traitants et des fournisseurs, et assurant ainsi des conditions de travail plus sûres pour tous.

## Gagner en performance par la qualité de vie au travail

Le groupe promeut des actions pour participer à l'amélioration de la qualité de vie au travail et permettre aux salariés de concilier vie professionnelle et vie personnelle, tout en contribuant à gagner en performance.

En 2012, Air France a poursuivi les engagements issus de l'accord triennal pour la prévention des risques psychosociaux et le développement de l'équilibre de la vie au travail. Dans ce cadre, un mécanisme d'alerte permet la remontée de l'information sur les risques psychosociaux. La Charte de prévention des harcèlements au travail prévoit également des dispositifs d'alerte et de traitement des situations de salariés en difficulté.

Dans le cadre de Transform 2015, un plan d'accompagnement de la qualité de vie au travail a été partagé avec les organisations professionnelles d'Air France. Pour regrouper les différents dispositifs d'alerte existants, KLM a créé un service téléphonique centralisé destiné à répondre aux salariés en situation de mal-être, par exemple en désaccord avec leur responsable, victimes de harcèlement ou encore sus-



pectant des pratiques frauduleuses. Les personnels en charge de ce service sont aguerris au traitement de différents types de plaintes qu'ils traitent de façon confidentielle.

## Garantir la protection sociale

Air France-KLM emploie à travers le monde environ 11 000 collaborateurs sous statut local, qui bénéficient des valeurs de la Charte sociale et éthique. Le groupe applique les conventions collectives locales et les accords sont passés avec les organisations représentatives selon la réglementation locale.

La majorité des personnels bénéficie d'une protection sociale leur garantissant notamment un niveau de vie décent à la retraite. De plus, le groupe souscrit pour ces salariés des contrats d'assurance en complément des régimes publics, si ceux-ci n'offrent pas le niveau de couverture requis.

Des dispositifs de suivi de la sécurité au travail ont été mis en œuvre pour prévenir les risques d'accident, avec notamment un outil d'auto-évaluation. Les sous-traitants sont tenus de respecter les règles de sécurité au travail.

Enfin, un mécanisme d'alerte, par exemple sur les conditions de travail, est à la disposition des salariés auprès du responsable des ressources humaines local. ●

## FOCUS

### Nouvelles directions pour New World of Work

Chez KLM, le programme « The New World of Work », testé l'an dernier, a été développé dans de nouvelles directions comme le marketing. Dans le cadre défini par l'entreprise, les salariés ont la possibilité d'organiser leur activité, tant pour l'emploi du temps que pour le lieu de travail. Ce programme permet de concilier efficacité, réduction des coûts d'infrastructures et équilibre vie au travail et vie personnelle.

## Diversité



“ Chez Air France, nous sommes persuadés que nos équipes diverses et solidaires sont pour nous une grande richesse. Cette diversité améliore nos capacités d'innovation, nous rend plus proches de nos clients et nous permet de mieux répondre à leurs attentes. ”

CATHERINE LECLÈRE,  
Responsable Diversité, Air France

### Promouvoir les engagements pris

En accord avec la Charte sociale et éthique, Air France-KLM poursuit une politique sociale fondée sur l'intégration par l'emploi, le respect de l'égalité, la prévention des discriminations, et la promotion de la diversité en entreprise. Cet engagement s'applique tout particulièrement aux processus de recrutement et de sélection interne. Tout salarié d'Air France intervenant dans ces processus est soumis aux obligations de la charte de déontologie du service Recrutement, Sélection, Redéploiement. Air France a mis en œuvre une nouvelle formation en e-learning « Diversité et management ».

### Favoriser l'insertion des personnes handicapées

Aux Pays-Bas, un salarié est considéré sur le plan juridique en situation de handicap lorsqu'il présente, après un congé maladie, une incapacité permanente à occuper son poste. KLM facilite le retour dans l'entreprise en proposant un poste adapté. En 2012, KLM employait 696 salariés en situation de handicap.

Air France a poursuivi les engagements du 8<sup>e</sup> accord triennal en faveur de l'emploi des travailleurs handicapés et a embauché 20 nouveaux collaborateurs. La compagnie a établi plusieurs partenariats pour répondre à son objectif d'embauche, favoriser l'insertion de ses collaborateurs handicapés et changer le regard sur le handicap.

### Respecter l'égalité des sexes

Depuis près de 10 ans, Air France agit pour inscrire l'égalité professionnelle et salariale entre les hommes et les femmes comme un enjeu majeur et un axe de progrès dans la gestion des ressources humaines. Dans le cadre de l'application du 3<sup>e</sup> accord triennal, la compagnie s'est engagée notamment à agir pour réduire les éventuels écarts salariaux entre les hommes et les femmes. En 2012, 474 femmes ont bénéficié d'une mesure spécifique de compensation salariale. Depuis 2008, Air France a mis en place une charte de la parentalité garantissant une meilleure prise en compte de la vie parentale des salariés.

KLM s'engage au respect de l'égalité et des orientations sexuelles, un engagement réaffirmé durant la semaine du développement durable organisée par la compagnie. Le réseau social LGBT « *Over the rainbow* » compte 300 membres. ●

## Des collaborateurs engagés

### Être à l'écoute des salariés

Pour la 3<sup>e</sup> année, Air France a invité les salariés à participer à une enquête sur leur perception du développement durable. Cette enquête est la même que celle proposée aux clients Flying Blue depuis 2008. Plus de 7 000 réponses ont permis de vérifier que les actions de la compagnie s'inscrivent dans les attentes prioritaires des salariés. 60% des salariés se sentent personnellement impliqués dans la politique de développement durable de la compagnie.

Près de 8 000 salariés ont contribué à l'enquête annuelle Boussole sur les habitudes de déplacements en Ile-de-France (voir pages 35 et 62). Grâce aux suggestions proposées depuis 4 ans, Air France a élargi son offre de bureaux de passage sur ses sites parisiens, mis en œuvre une formation à la conduite durable et participé au développement du covoiturage. De plus, une réflexion est en cours pour élargir la pratique du télétravail dans l'entreprise.

### Sensibiliser au développement durable

KLM organise des « CSR Cafés » trimestriels. En 2012, les salariés ont pu rencontrer par exemple des représentants de WWF-Indonésie et des membres du Conseil de surveillance. Air France et KLM ont participé à la Semaine du développement durable pour sensibiliser et informer les salariés sur les actions existantes. Au Cargo KLM, une journée « développement durable » a été organisée avec des managers du cargo, de transavia.com et de Martinair. Un groupe de jeunes cadres de KLM a participé au forum *Leader for Nature* de l'Union internationale de la conservation de la nature (IUCN). Chez KLM, le groupe de réflexion sur le rôle des syndicats pour favoriser une meilleure intégration du développement durable dans l'entreprise s'est réuni plusieurs fois. Le groupe rendra son avis en 2013.

### Former les collaborateurs à la RSE

Air France-KLM propose une formation e-learning sur les enjeux du développement durable, qui a déjà été suivie par plus de 2 000 collaborateurs. 96% d'entre eux l'ont jugée satisfaisante à très satisfaisante. Parallèlement, une formation est proposée aux attachés commerciaux d'Air France et de KLM, pour leur permettre d'engager le dialogue avec leurs clients sur le développement durable et mettre en avant les actions du groupe.

Les personnels navigants sont régulièrement informés



des progrès réalisés pour optimiser les procédures de vol, alléger la masse embarquée, offrir une restauration responsable ou réduire les déchets. Les personnels des opérations aériennes sont régulièrement formés et sensibilisés à la consommation de kérosène.

### Participer au développement de démarches innovantes

Air France et KLM impliquent les collaborateurs dans des démarches d'innovations participatives. À Air France, cette démarche se développe au sein des entités, à l'exploitation sol, au cargo ou encore auprès des personnels navigants commerciaux.

Depuis plusieurs années, Air France Industries anime le Programme Innovation Qualité (PIQ) qui récompense les meilleures idées. En 2012, près de 5 000 suggestions PIQ ont été proposées, dont plus de 75% seront mises en application permettant une économie de 33 millions d'euros.

De la même façon, chez KLM, le programme Moonshining, mis en œuvre à la Maintenance, vise à améliorer les processus de travail, l'ergonomie et la sécurité, à réduire le temps d'immobilisation des avions et à économiser du carburant. Grâce à leur expérience quotidienne, les suggestions des salariés ont permis la mise en œuvre de nouvelles pratiques. Par exemple, un nouveau chariot multi-équipement permettant une révision rapide et optimisée des roues et des freins des Boeing 737 a été proposé et mis en service en 2012. ●

### Commentaires de salariés à l'issue de la formation RSE

“ — Cette formation est primordiale pour une bonne prise de conscience de l'engagement du groupe Air France-KLM.

— Tout manager doit suivre cette formation.

— Je suis content d'avoir eu cette formation pour apprécier les efforts du groupe pour l'environnement. ”

# Contribuer au développement des territoires

## AMBITION

En reliant les hommes entre eux et en connectant les économies autour du monde, nous contribuons au développement économique et social des territoires dans lesquels nous opérons. Avec nos partenaires locaux, nous créons de nouvelles opportunités d'activités et soutenons des projets qui contribuent à l'amélioration de la vie des communautés locales sur le long terme.

## ENGAGEMENTS

Air France-KLM porte ses ambitions à travers les engagements suivants :

- Contribuer à la dynamique économique par sa capacité à créer de l'activité et par le recours aux ressources locales ;
- Construire une relation pérenne avec les acteurs locaux par le dialogue et le partenariat ;

→ Favoriser le développement des compétences et des connaissances ;

→ Mobiliser les salariés autour de projets citoyens ; mettre à disposition des moyens humains, financiers et logistiques pour des programmes de développement.

## Objectifs

- Contribuer au développement des territoires autour de nos principaux hubs
- Poursuivre le dialogue avec les acteurs locaux
- Promouvoir le développement économique dans les pays desservis
- S'engager sur des projets de développement

## Réalisations 2012

- Participation à la promotion à l'international du Grand Roissy
- Coopération entre KLM, Schiphol et les autorités locales d'Amsterdam pour une vision RSE de la région d'Amsterdam
- Contribution à la formation des jeunes :
  - Air France : 4 626 étudiants informés lors de conférences par Airemploi sur les carrières dans l'aviation, 724 jeunes formés ou orientés par JEREMY (dont 179 pour Air France) et 426 jeunes apprentis à l'AFMAé (61% de ces apprentis sont accueillis à Air France)
  - KLM : plus de 800 jeunes accueillis en stage, soutien à des programmes éducatifs dans 120 écoles élémentaires
- Participation aux groupes de travail axés sur le développement durable du Grand Roissy et du pôle d'Orly
- Dialogue permanent au sein des groupes de travail Alders Table et CROS
- Partenariat avec la Fondation Missing Chapter : échanges entre des membres du directoire KLM et des écoliers pour imaginer l'avion du futur
- 2 500 fournisseurs locaux du groupe dans les pays desservis (hors hubs principaux)
- Renforcement de la joint-venture avec Kenya Airways et participation à la création d'Air Côte d'Ivoire
- Soutien à des programmes de conservation de la forêt aux bénéfices environnementaux et économiques :
  - Air France partenaire de GoodPlanet et du WWF à Madagascar (5 000 ménages ont adopté une technique agricole durable et rémunératrice, et 500 pépiniéristes ont été formés)
  - KLM soutient le projet WWF-NL REDD au Brésil
- Soutien de projets sociaux et environnementaux à hauteur de 12 millions d'euros pour le groupe
- Fondation Air France : participation à 102 projets
- KLM AirCares : soutien de plusieurs projets à travers 7 partenariats dans le domaine médical, sanitaire et éducatif

## EMPLOI GÉNÉRÉ PAR LE TRANSPORT AÉRIEN <sup>(1)</sup>

- Emploi indirect en France : 989 000 personnes
- Emploi indirect aux Pays-Bas : 290 000 emplois (effets catalytiques inclus)
- Air France : plus de 44 000 salariés en Île-de-France
- KLM : parmi les 34 617 salariés du groupe KLM, 30 401 sur la région d'Amsterdam

## FOURNISSEURS

- Air France-KLM : plus de 4 200 fournisseurs dans le monde dont environ 2 500 dans les pays desservis
- Achats Air France en France<sup>(2)</sup> : 2,1 milliards d'euros
- En Île-de-France : 500 fournisseurs contractuels
- Achats Air France réalisés auprès du secteur adapté : 15 millions d'euros auprès de 80 fournisseurs (2/3 situés en Île-de-France)
- Achats KLM aux Pays-Bas : environ 900 millions d'euros

## IMPACT ÉCONOMIQUE DE L'AÉRIEN (DIRECT, INDIRECT, INDUIT ET EFFETS CATALYTIQUES COMPRIS) <sup>(1)</sup>

- Aux Pays-Bas : 3,1% du PIB, soit 26 milliards d'euros
- En France, 3,9% du PIB soit 75 milliards d'euros.

## IMPÔTS, TAXES ET VERSEMENTS

- Redevances aéroportuaires et de navigation : 1,86 milliard d'euros versés par le groupe aux aéroports et au contrôle aérien
- Impôts et taxes : 225 millions d'euros versés par Air France et KLM à l'Etat et aux collectivités (dont taxes à finalité locale sur les nuisances sonores, apprentissage, taxe foncière ...)

<sup>(1)</sup> source : Aviation benefits beyond borders – Air Transport Action Group – octobre 2012 / Source chiffre Pays-Bas : Rapport BCG/McKinsey 2011 / <sup>(2)</sup> Données 2011, Groupe Air France. Hors carburant. Fournisseurs contractuels, selon adresses des sièges sociaux

# Bases principales

## S'impliquer dans le développement des économies locales

Les hubs de Paris-CDG, Paris-Orly et Amsterdam Schiphol offrent un environnement économique très attractif. Avec 89 % des effectifs du groupe localisés en France ou aux Pays-Bas, Air France et KLM sont générateurs d'emplois sur les territoires de leurs bases principales : KLM, 3<sup>e</sup> employeur du secteur privé aux Pays-Bas, pourvoit plus de 30 000 des 60 000 emplois directs de l'aéroport de Schiphol. Avec plus de 44 000 salariés en Ile-de-France, Air France est le premier employeur privé de la région. En 2012, la compagnie a affirmé sa volonté d'ancrage territorial sur le territoire métropolitain avec de nouveaux investissements comme le Banc d'Essai Réacteur à Roissy, où travaillent 400 salariés, et le nouveau centre de maintenance de Régional à Clermont-Ferrand. Les activités du groupe génèrent également autour de leurs hubs de nombreux emplois indirects et induits : assistance et restauration en escale, nettoyage, sous-traitance nécessaire à l'exploitation d'un avion. L'activité de Paris-CDG représente près de 248 000 emplois directs, indirects et induits, dont 86 000 fournis par les 700 entreprises de l'emprise aéroportuaire. 60% des achats du groupe Air France en France sont réalisés en Ile-de-France pour un montant de 1,27 milliard d'euros (hors carburant), et les achats KLM aux Pays-Bas pèsent environ 900 millions d'euros.

Des transports terrestres performants sont le complément nécessaire d'un réseau aérien mondial de premier plan. L'accessibilité de nos hubs est également un enjeu important pour le développement et l'attractivité des territoires où sont implantées les principales bases d'Air France et de KLM, tant pour les entreprises, les passagers que pour les salariés.

KLM s'implique dans différents projets liés à l'accessibilité des aéroports. Air France a été auditionnée par le Conseil Économique Social Environnemental Régional d'Ile-de-France pour apporter son éclairage sur l'amélioration de l'accessibilité des aéroports parisiens. Par ailleurs, dans la continuité du Plan de Déplacements Inter-Entreprises de Paris-CDG, Air France et trois partenaires ont créé le PDIE de Paris-Orly pour agir conjointement et concrètement sur la mobilité responsable. La compagnie a également contribué, au travers de la convention de revitalisation, à la création de deux lignes de transport à la demande (Filéo) desservant Paris-CDG afin de faciliter l'accès à l'emploi.

Le groupe participe aussi aux grands débats sur les projets qui façonneront les territoires de ses hubs dans les vingt prochaines années : réflexion autour



du Grand Paris ou du Grand Roissy. Ainsi, Air France a participé à la conférence territoriale du Grand Roissy de février 2012, dans l'objectif de définir la stratégie de développement du territoire, et participe au Grand Roissy Économique, commission qui vise à coordonner l'ensemble du monde économique du territoire. Le gouvernement néerlandais poursuit le déploiement de la réglementation sur le transport aérien ("Luchtvaartnota"), adoptée en 2011 et a réaffirmé l'importance de l'aéroport de Schiphol dans l'économie nationale. De plus, le gouvernement a identifié neuf secteurs économiques clefs et a réuni entreprises, scientifiques et services de l'État pour améliorer la compétitivité internationale de ces secteurs. KLM a ainsi contribué, en tant qu'expert, à l'élaboration de mesures pour l'aviation. Toujours sur l'axe du développement durable et de la compétitivité internatio-

**60 %**  
des achats du groupe  
Air France en France sont  
réalisés en Ile-de-France  
et représentent un montant  
de 1,27 milliard d'euros  
(hors carburant).

Plus de **800**  
stagiaires accueillis par KLM.

nale de la région, KLM se concerta avec Schiphol et Amsterdam. Des étudiants de l'Amsterdam School for Creative Leadership et des entrepreneurs ont proposé différents concepts innovants autour du développement durable à l'aéroport et dans la ville d'Amsterdam. Air France s'implique également avec d'autres acteurs (Aerotropolis Europe, Hubstart Paris) pour renforcer la notoriété internationale et l'attractivité économique de l'aéroport Paris-CDG. La compagnie a pris part pour la seconde fois au séminaire international d'Hubstart sur les places aéroportuaires durables qui s'est déroulé à Atlanta.

## Dialoguer avec les acteurs du territoire

Air France et KLM animent un dialogue proactif (bruit, qualité de vie...) et transparent avec l'ensemble des parties prenantes des territoires. En 2012, KLM a poursuivi le dialogue engagé avec les habitants et leurs représentants locaux à travers les rencontres organisées par le comité consultatif Alders Table et par son implication auprès du Schiphol Regional Review Board (CROS). KLM organise régulièrement des visites de ses installations pour les élus et d'autres parties prenantes pour leur présenter le secteur de l'aérien et dialoguer sur divers sujets, comme le développement durable et l'innovation.

Dans le cadre du Groupe Climat d'Amstelveen, la municipalité d'Amstelveen, KLM et plusieurs entreprises du bassin ont organisé un événement pour les PME afin de partager les bonnes pratiques pour limiter les émissions de CO<sub>2</sub> et augmenter les économies d'énergie. Le Président d'Air France a rencontré l'Association des Collectivités du Grand Roissy qui regroupe plus de 50 communes riveraines de l'aéroport de Paris-CDG afin d'échanger sur les grands projets de développement du territoire et sur les enjeux économiques et sociaux de la compagnie.

Avec l'association « Pays de Roissy-CDG », créée à l'initiative d'Air France en 2003, la compagnie travaille en concertation avec les acteurs locaux pour contribuer au développement du territoire. En octobre 2012, la première pierre d'une résidence de 61 logements, à destination des salariés de la zone aéroportuaire, a été posée en présence d'élus, de représentants de l'État et du monde économique.

## Favoriser le développement des compétences

Le secteur aérien est un vecteur important de formation et d'insertion, particulièrement pour les populations riveraines des aéroports : 50% des emplois de la zone

aéroportuaire de Paris-CDG sont pourvus par des habitants des départements voisins. En outre, depuis de nombreuses années, Air France et KLM s'attachent à faciliter l'accès à l'emploi pour les jeunes des territoires de leur hub en s'impliquant dans des structures de formation aux métiers de l'aérien, et au travers de différentes associations et programmes d'éducation des jeunes.

Dans le cadre de son engagement pour l'égalité des chances en amont de l'entreprise, Air France organise le programme de stage OPEN « Ouvrons nos Portes à tous les Éléves Naturellement ». Destiné à des collégiens n'ayant majoritairement pas accès à l'entreprise et vivant dans des communes proches de l'aéroport, ce stage de découverte de l'entreprise permet aux élèves, dont certains en situation de handicap, de clarifier leur projet professionnel. En 2012, KLM a accueilli plus de 800 stagiaires dans différents services de la compagnie et la KLM Academy a collaboré et organisé des événements avec de nombreuses écoles et centres de formation de la région pour attirer les futurs talents.

KLM soutient également le programme éducatif « les valises du bonheur » dans quatre écoles élémentaires riveraines. KLM a offert 1 617 ordinateurs et serveurs à Global Start, programme de formation aux technologies de l'information pour les jeunes en situation d'échec scolaire et les chômeurs longue durée. Les équipes informatiques et l'exploitation de KLM ont aidé et accompagné des étudiants du Technasium à élaborer un système d'embarquement à Schiphol, plus sécurisé et plus rapide. ●

“ En qualité de compagnie internationale, Air France est un acteur majeur du Grand Roissy et s'implique au travers d'initiatives locales pour le développement de nos territoires. ”

**PATRICK RENAUD,**  
Président de l'Association des  
Collectivités du Grand Roissy

## FOCUS

### Air France-KLM, engagé pour l'emploi des publics en difficulté

À Air France, le chiffre d'affaires généré avec le secteur adapté a quintuplé en sept ans pour atteindre 15 M€ en 2012. Le secteur adapté est systématiquement consulté pour tout appel d'offre. Parmi les 80 fournisseurs du secteur adapté, les deux tiers sont situés en Ile-de-France.

Par exemple, la blanchisserie représente 207 équivalents emplois créés auprès de trois ESAT d'Ile-de-France. Depuis 2012, 100% des couvertures Economy et équipages sont traités dans ces centres.

KLM a, de son côté, installé une laverie à Schiphol pour centraliser le nettoyage des uniformes et du linge utilisé à bord. Le choix du prestataire, qui emploie des personnes en insertion, a été guidé par des critères sociaux et environnementaux.



# Partenariats locaux

# Destinations

**Association Pays de Roissy-CDG**  
Promotion du développement socio-économique du territoire.  
**Implication :**  
→ Air France, membre fondateur. Deux cadres mis à disposition.  
→ Plus de 320 adhérents participent à 5 groupes de travail thématiques (emploi, habitat, développement économique, transport et culture).

**Hubstart et Aerotropolis**  
Promotion du territoire à l'international pour faciliter l'installation d'entreprises sur le pôle de Roissy.  
**Implication :** Participation de la compagnie à ces deux initiatives de marketing territorial.

**ASK**  
Coopération entre KLM, Schiphol et Amsterdam pour développer le positionnement de la région sur le développement durable, les transports, le développement économique et l'éducation.  
**Implication :** Participation de KLM à différents groupes de travail.

**BOUSSOLE**  
Plan de Déplacement Entreprise de réduction des émissions polluantes liées aux déplacements domicile/travail des salariés d'Air France en Ile-de-France.  
**Implication :** Participation au Plan de Déplacement Inter Entreprise de Paris-CDG et de Paris-Orly.

**Green Deal**  
Soutien du gouvernement néerlandais aux initiatives des citoyens, des entreprises, et des services de l'État en matière de développement durable.

**Implication :** Signature de 2 Green Deal KLM concernant les biocarburants et la transformation des déchets en énergie.

**Landschap Noord-Holland**  
Fondation de protection de l'environnement.  
**Implication :** Partenariat de 3 ans ½ pour soutenir la préservation d'une réserve naturelle vulnérable. En 2012, élaboration d'un programme de restauration de la biodiversité sur un terrain de la Maintenance de KLM.

**CCE et CCAR**  
Commissions consultatives environnement et d'aide aux riverains.  
**Implication :** Air France est membre des commissions pour les 10 principaux aéroports français. Depuis 2012, 100% des frais d'insonorisation des riverains sont pris en charge (+ voir page 34).

**Alders Table**  
Plate-forme consultative de dialogue entre l'État, les représentants régionaux et les habitants sur le développement de Schiphol.  
**Implication :** Participation de KLM dans les débats et dialogue avec les parties prenantes locales.

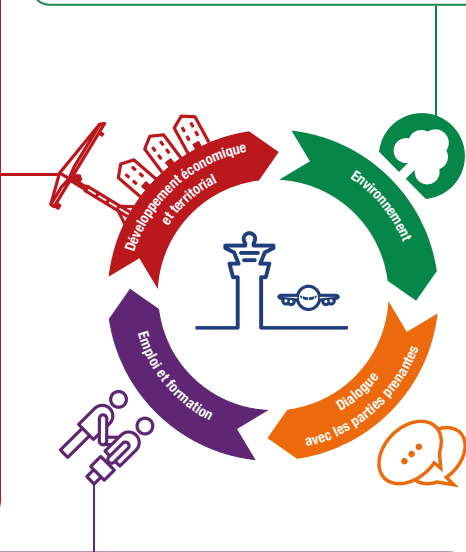
**Schiphol Regional Consultative Committee (CROS)**  
Instance de concertation locale avec les riverains de l'aéroport.  
**Implication :** Participation de KLM à différents groupes de travail (mesures de réduction du bruit).

**Fondation Missing Chapter**  
Échanges entre des écoles et des entreprises sur le développement durable.  
**Implication :** Participation de membres du directoire KLM aux échanges avec des écoliers.

**Programmes d'information et de formation aux métiers de l'aérien**  
**Implication :** Air France est membre fondateur de 4 associations  
→ Airemploi informe sur les métiers de l'aérien et les parcours de formation.  
→ JEREMY favorise l'insertion des jeunes riverains sans qualification.  
→ AFMAé forme, dans son CFA, des apprentis aux métiers de l'aérien.  
→ Ingénieurs Pour l'École (IPE) : 8 cadres de l'entreprise mis à disposition de l'Éducation nationale, avec pour objectif de rapprocher le monde de l'enseignement de celui de l'entreprise.

**École de la 2<sup>e</sup> chance du Val-de-Marne**  
Aide à l'insertion professionnelle de jeunes adultes sortis du système scolaire sans diplôme.  
**Implication :** Air France Industries, membre fondateur. Organisation de stages, visites des installations. Don de mobilier réformé de la compagnie.

**Programmes éducatifs KLM pour attirer les futurs talents**  
**Implication :** Apprentissage et stages à la maintenance et à l'exploitation KLM.



## Accompagner le développement économique

En ouvrant de nouvelles lignes vers l'Afrique, l'Asie et l'Amérique latine, le groupe stimule le développement économique et social régional et international. Il est en mesure d'offrir aux passagers un réseau toujours plus étendu. Par exemple, en 2012, malgré les aléas et les événements extérieurs, Air France-KLM a renforcé son réseau sur le continent africain avec l'ouverture de sept lignes, augmentant son offre de 5,4%. Fort de 42 escales, Air France-KLM compte sur ce continent plus de 3 500 salariés.

Le groupe partage des lignes avec les compagnies locales et noue également des partenariats avec les acteurs locaux du transport aérien contribuant au développement des économies des pays desservis et à la création d'emplois supplémentaires.

Air France-KLM accompagne le développement des compagnies nationales à capitaux publics, comme pour la *joint-venture* liant KLM à Kenya Airways ou la participation d'Air France à la compagnie Air Côte d'Ivoire. Air France-KLM fait la distinction entre la concurrence commerciale des compagnies internationales, et la particularité des compagnies nationales, avec lesquelles le groupe essaie de nouer des partenariats sur le long terme.

En 2012, Air France a accompagné la relance d'Air Côte d'Ivoire, en devenant actionnaire de la nouvelle compagnie, les deux autres principaux actionnaires étant l'Etat ivoirien et le Fonds Aga Khan pour le développement économique. Air France fait bénéficier la compagnie de son savoir-faire industriel et de ses compétences en détachant du personnel (mécaniciens

et directeur financier). Air France Consulting a fourni l'étude de faisabilité économique et opérationnelle.

Air France-KLM apporte sa contribution à l'économie des pays desservis par l'utilisation de production locale dans les plats servis à bord, le recours aux sous-traitants qui opèrent pour le groupe, ou encore par l'investissement local. En 2012, Servair, filiale d'Air France, renforce sa présence en Afrique avec de nouvelles installations à Brazzaville, ou avec la création de Servair Bénin qui emploie 50 collaborateurs sur son centre de catering aérien de 3 270 m<sup>2</sup>.

Le projet de conservation des forêts à Madagascar, soutenu par Air France et mené par la Fondation GoodPlanet et le WWF, participe au développement des communautés locales tout en protégeant la biodiversité unique de l'île. Le projet a déjà touché 34 000 ménages, dont 5 000 ont adopté des techniques agricoles alternatives aux cultures sur brûlis, générant des revenus supplémentaires (apiculture, aviculture, pisciculture, culture de rente), augmentant les rendements agricoles ou diversifiant les cultures. Le programme a en outre permis de former 500 pépiniéristes.

Le tourisme a également un impact important sur les conditions de vie des populations locales. Dans cette optique, KLM continue de soutenir la chaire de tourisme durable de l'université de Wageningen. Au Brésil, KLM soutient un projet de WWF-NL de conservation de la forêt : plus de 1000 familles ont été formées, ont reçu un appui technique et se sont reconverties à la vente de produits locaux, contribuant ainsi à la conservation de l'environnement et de l'habitat en Amazonie.

“ Depuis presque 10 ans, *Close the Gap* bénéficie de fret gratuit de KLM vers l'Afrique sub-saharienne et d'autres destinations. Grâce à cette collaboration, *Close the Gap* peut équiper en ordinateurs les régions les plus difficiles d'accès. Air France-KLM agit ainsi concrètement pour l'accès à l'éducation, la santé et l'entrepreneuriat par les nouvelles technologies. ”

OLIVIER VANDEN EYNDE, Fondateur et Directeur de *Close the Gap*

## FOCUS

### Kenya Airways

*KLM propose de nombreuses liaisons entre Amsterdam, Nairobi et plusieurs pays d'Afrique de l'Est au travers d'un partenariat de joint-venture avec Kenya Airways. Le partenariat s'est renforcé en juin 2012 avec un investissement de 47 millions de dollars. L'augmentation de capital a permis à Kenya Airways d'investir dans la flotte avec l'achat de Boeing 787 et d'Embraer. Elle peut ainsi étendre son réseau vers de nouvelles destinations.*

## Participer au transfert de compétences

Le groupe participe également au transfert de compétences dans les pays desservis, au travers des missions de conseil d'Air France Consulting, filiale d'Air France : remise à niveau des aviations civiles et des opérateurs concernés par les listes de restriction de l'Union Européenne, appui méthodologique sur le terrain, coaching et formation.

KLM s'est engagée dans un partenariat avec Share-Business en envoyant temporairement trois salariés en Afrique et en Inde, où ils ont fait bénéficier les entrepreneurs locaux de leurs compétences aux entrepreneurs locaux tout en améliorant leurs propres connaissances. Après le succès de ce projet pilote, KLM a planifié la participation de cinq à dix salariés, chaque année, sur des projets similaires. ●

# Projets solidaires

Le groupe a toujours joué un rôle actif dans l'aide au développement international notamment en soutenant les initiatives d'ONG et des projets proposés par ses propres salariés. En 2012, le montant total de ses contributions a représenté l'équivalent de 12 millions d'euros. Concrètement, Air France-KLM apporte son aide à des projets de développement de différentes façons : quelques exemples sont présentés sur la carte ci-contre.

## Programmes et partenariats humanitaires pérennes du groupe

Air France s'engage pour l'enfance en difficulté avec sa Fondation d'entreprise, active en 2012 dans 102 projets. Depuis plus de 30 ans, la compagnie est partenaire de l'ONG *Acting for Life* qui agit pour la protection de l'enfance, le développement économique et le tourisme durable. En 2012, l'association a soutenu 51 projets en Afrique, Asie et Amérique Latine, à travers 130 ONG locales.

Air France contribue depuis de longues années aux missions de transport aérien humanitaire d'Aviation Sans Frontières. Elle soutient aussi l'ONG par du mécénat de compétences.

Air France est également relais d'information, notamment en sensibilisant les passagers aux ravages du tourisme sexuel impliquant des mineurs, par le financement et la diffusion à bord de la campagne de prévention d'ECPAT International, sur les destinations dites à risque. Le programme *KLM AirCares* soutient sept partenaires dans les domaines de l'éducation, du médical et sanitaire : *Close the Gap*, *Medical Knowledge Institute*, *Aflatoun*, *Doctor2Doctor*, *Aviation Without Borders*, *Wings of Support* et *Get it Done*. KLM analyse l'impact des programmes AirCares sur les bénéficiaires, au début et à la fin de chaque projet. Les ONG partenaires ont également participé à une rencontre KLM pour approfondir la coopération mutuelle, créer des synergies et encourager l'implication des différents départements de KLM dans les projets.

## Un soutien logistique

En 2012, 626 billets Air France et la gratuité des frais d'excédent de bagages supplémentaires ont été offerts à 35 ONG pour leurs opérations dans le domaine médical principalement. 25 autres associations, agréées par Air France, bénéficient de tarifs préférentiels pour le transport de matériel et de personnes. En 2012, pour ses partenaires associatifs,

KLM a offert 540 billets, transporté 1 400 kg de fret et 500 kg de bagages supplémentaires.

## Implication des salariés et des clients

Parallèlement au mécénat de compétences développé avec divers partenaires associatifs, des salariés du groupe, partout dans le monde, participent à des projets sociaux, humanitaires ou de préservation de la nature.

Le réseau des Amis de la Fondation Air France mobilise plus de 2 200 salariés dans le cadre de diverses actions de bénévolat en France, comme, par exemple, en collectant 6 500 jouets au profit de l'association *Vaincre l'autisme*.

Plus de 3 000 salariés de KLM et de Martinair s'engagent activement auprès de la Fondation *Wings of Support*, qui a déployé, en 2012, plus de 100 projets au bénéfice de plus de 10 000 enfants dans 16 pays. KLM participe également à des manifestations locales de collecte de fonds pour l'éducation.

Les clients, membres du programme *Flying Blue*, sont invités à offrir leurs miles à des ONG sélectionnées par Air France et KLM : en 2012, 64 millions de miles ont ainsi été offerts. ●

**12 millions**

d'euros en 2012, c'est la contribution du Groupe à des projets de développement.

**102 projets** soutenus par la Fondation Air France.

**7 ONG** soutenues par KLM.

### FOCUS

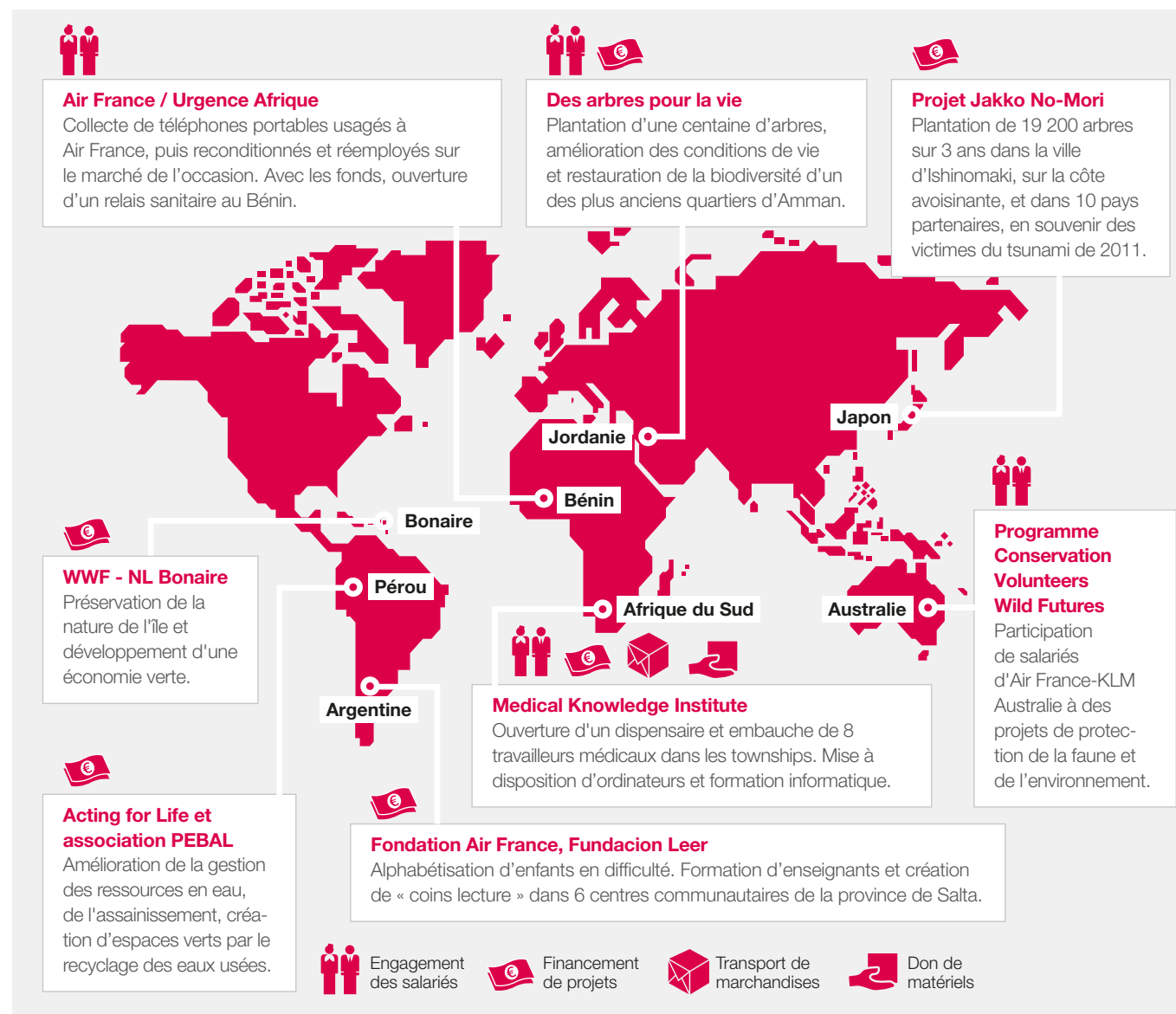
#### Close the Gap

L'ONG *Close the Gap* travaille activement à réduire la fracture numérique. KLM soutient l'ONG depuis 2004 avec plus de 14 270 ordinateurs offerts, au bénéfice de plus de 200 000 étudiants. En 2012, 2 800 ordinateurs ont été répartis dans 23 projets, à travers 10 pays. En Afrique, des ONG locales prennent en charge l'installation, la maintenance des ordinateurs, et dispensent une formation sur site.

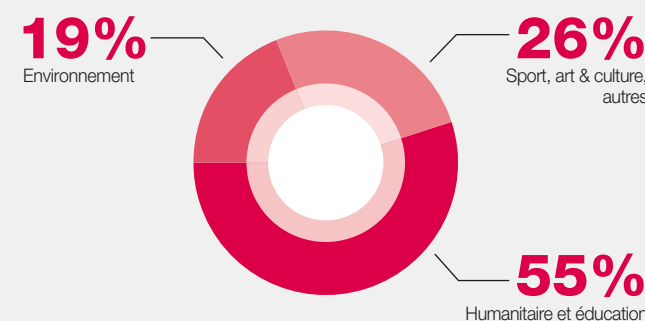
### FOCUS

#### Les 20 ans de la Fondation Air France

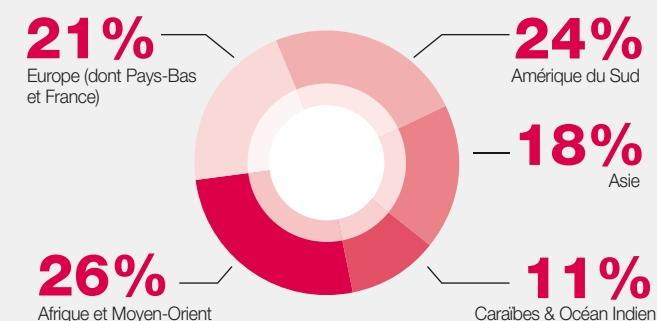
Pionnière dans le domaine des fondations d'entreprise, la Fondation Air France a été créée en 1992. Elle étudie, sélectionne et finance des projets en faveur des enfants malades, handicapés, ou en grande difficulté, dans les pays où Air France est présente. En 20 ans, la Fondation Air France a facilité la réalisation de 856 projets dans 80 pays, majoritairement parrainés par les collaborateurs de la compagnie.



### RÉPARTITION DES CONTRIBUTIONS DU GROUPE PAR CATÉGORIE DE PROJETS



### RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE DES PROJETS



**Document édité par**

Air France  
Direction Environnement  
et Développement durable

45, rue de Paris  
95747 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](http://www.klmtakescare.com)

**Si vous le souhaitez, vous pouvez nous contacter directement :**  
[mail.developpementdurable@airfrance.fr](mailto:mail.developpementdurable@airfrance.fr) et [csr@klm.com](mailto:csr@klm.com)



[www.airfranceklm.com](http://www.airfranceklm.com)  
[www.airfranceklm-finance.com](http://www.airfranceklm-finance.com)