flashactu

04.08.2014

Point sur l'actualité stratégique du Groupe Air France, suite au CCE du 30 juillet

Les grandes lignes du projet de futur plan stratégique pour le Groupe Air France-KLM ont été présentées le 30 juillet 2014 par Fréderic Gagey en Comité Central d'Entreprise.

Des résultats encourageants au premier semestre

Le résultat d'exploitation du premier semestre pour le Groupe Air France, quoique toujours négatif, s'améliore de 193 millions d'euros par rapport à 2013. Dans le même temps, l'endettement diminue conformément aux prévisions.

Toutes les **activités passage** ont contribué à cette amélioration :

- Le long-courrier améliore ses résultats de 71 millions d'euros.
- Le moyen-courrier est également en nette progression avec une hausse de 60 million d'euros.
- Le Point à Point enregistre lui aussi une amélioration de son résultat d'exploitation (+ 40 millions d'euros) sous l'effet de la maîtrise de l'offre.

La croissance de **Transavia**, avec l'ouverture de 19 nouvelles routes à l'été 2014, permet au groupe de garder son empreinte sur le marché français. Ses recettes augmentent au même rythme que ses capacités (+ 21% prévus en 2014 vs 2013).

En dépit d'un environnement économique difficile, les mesures prises dans le **cargo** portent également leurs fruits.

Le résultat des **activités de maintenance**, malgré un léger repli, demeure positif. Il consolide la dynamique de croissance de ce secteur. Celle-ci est notamment portée par la signature de nouveaux contrats d'entretien de moteurs et le développement de l'activité en Amérique du Nord.

Transform 2015 : des objectifs en passe d'être atteints

Indispensable en 2012, le plan Transform visait à assurer rapidement la pérennité de la compagnie et à engager la montée en gamme. Le déploiement des projets se poursuit, leur plein effet étant attendu pour 2015.
Réussir l'été et les objectifs de ce second semestre permettra à Air France d'atteindre l'équilibre en 2014.
Forte de ses résultats, la compagnie doit continuer son développement pour tirer profit de la croissance du marché. Au préalable, il est cependant nécessaire d'améliorer notre compétitivité dans un contexte où les concurrents poursuivent la réduction de leurs coûts. La diversité des activités du groupe est également un atout à consolider.

Perform 2020 : un plan pour nous projeter à plus long terme

Le nouveau plan stratégique doit nous redonner des marges de manœuvre pour renforcer nos positions à plus long terme.
Contrairement à Transform 2015, fondé sur un objectif global décliné par activité, Perform 2020 suivra une logique où les objectifs seront fixés en fonction des axes de développement de chaque entité :

- Placer l'activité long-courrier au centre d'un réseau international de partenaires de rang mondial tout en poursuivant la montée en gamme ;
- Consolider un portefeuille de marques fortes permettant de satisfaire toutes les clientèles ;
- Renforcer l'efficacité de l'activité court et moyen-courrier, en incluant des positions fortes dans le low-cost : la nécessité de développer rapidement Transavia a été réaffirmée ;
- Développer un portefeuille d'activités plus équilibré en tirant profit des opportunités de croissance dans la maintenance et le catering notamment.

L'activité Point à Point au sein du Groupe Air France

A la suite du rapport sur la stratégie Point à Point du Groupe Air France, il a été confirmé un projet de nouvelle organisation qui sera présentée aux institutions représentatives du personnel au mois de septembre. Ce projet concerne l'activité Point à Point actuelle d'Air France et HOP!, en charge du segment de clientèle Business/VFR [1].
Il vise à permettre au Groupe d'être plus réactif et plus proche des attentes des clients. Les décisions seront accélérées et la réactivité du Groupe augmentée.
L'avantage concurrentiel que représente la diversité de taille des appareils sera ainsi mieux exploitée.
En ce qui concerne les opérations de la compagnie, le projet de nouvelle organisation ne nécessitera aucun transfert de personnel opérationnel (personnel en escale et personnel navigant).

Les objectifs d'ensemble du Plan Perform 2020 pour le Groupe Air France-KLM, ainsi que pour le Groupe Air France seront présentés lors de CCE en septembre 2014. D'ici là, les entités travailleront à l'élaboration du projet de plan stratégique pour leur secteur.

[1] VFR, Visit Friends and Relatives : désigne les clients se déplaçant pour rendre visite à des proches, leur région ou pays d'origine ou encore une résidence secondaire