



TUNISAIR

COMMUNICATION FINANCIERE

Tunis, le 13 Mai 2010

Tunisair Aujourd'hui

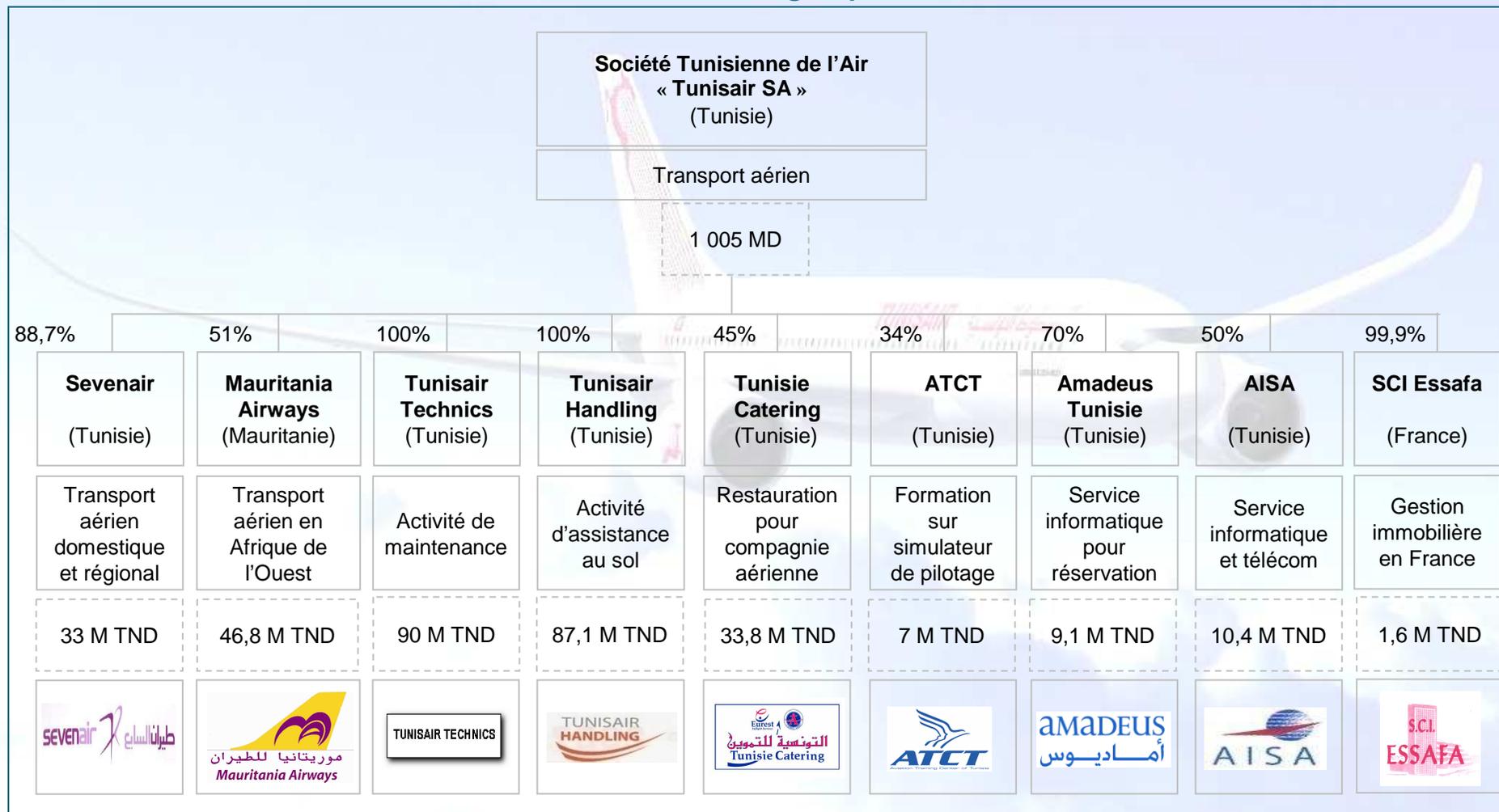
- 62 années d'existence
- Plus de 90 M de passagers transportés
- Première compagnie aérienne en Tunisie, première entre l'Europe et la Tunisie, 10^{ème} compagnie mondiale pour l'activité charter⁽¹⁾
- Flotte de 30 avions en exploitation (11 Boeing; 19 Airbus), et un ATR affrété à la filiale Mauritania Airways.
- 116 destinations dans 38 pays, environ 96 vols par jour
- Niveau de sécurité mondialement reconnu ⁽²⁾

(1) Source: Airline Business, enquête de novembre 2009

(2) Notée "A" par l'observatoire de la sécurité aérienne et du tourisme

Structure du Groupe

Structure du groupe (1)



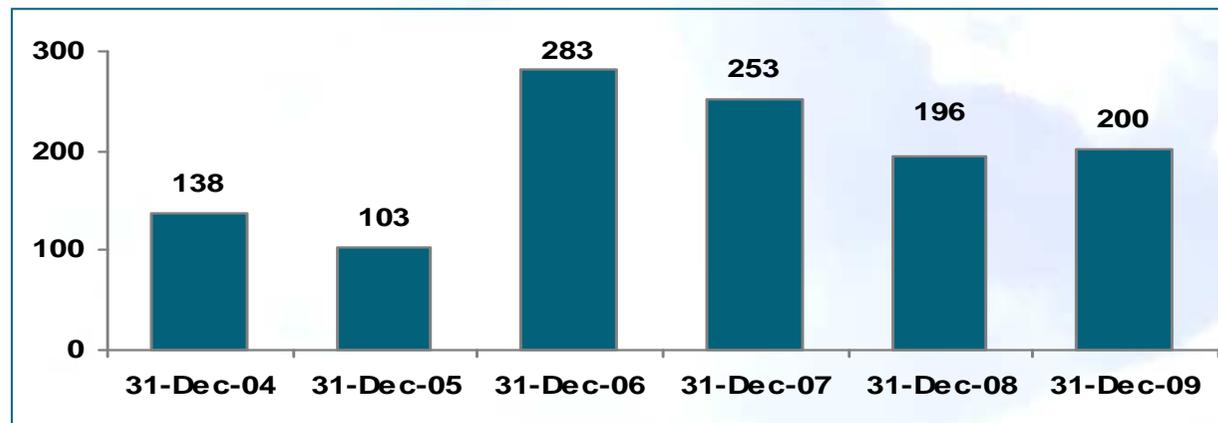
--- Chiffre d'affaires 2009 (provisoire pour les filiales)

(1) 2^{ème} groupe tunisien en terme de chiffre d'affaires (l'économiste maghrébin janvier 2010)

L'action de Tunisair



Capitalisation boursière en MD



1. Positionnement et stratégie

2. Indicateurs opérationnels

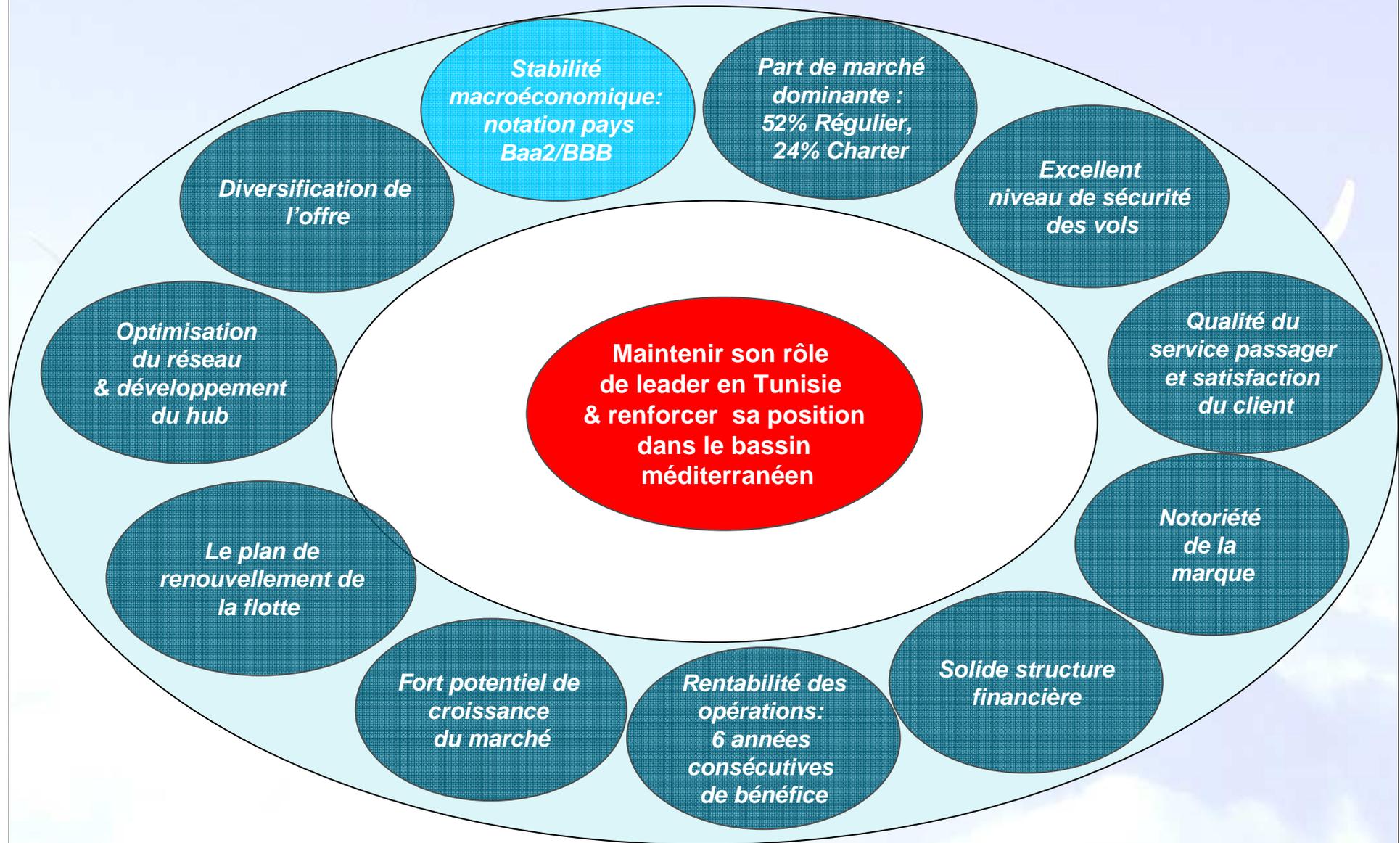
3. Indicateurs Financiers

4. Stratégie Financière

5. Perspectives

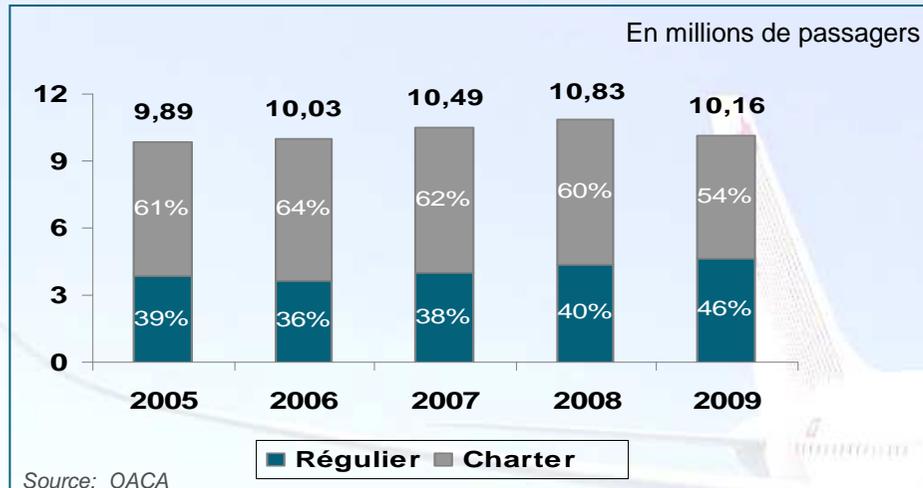


Vision et Objectifs



Structure du Marché et positionnement de Tunisair

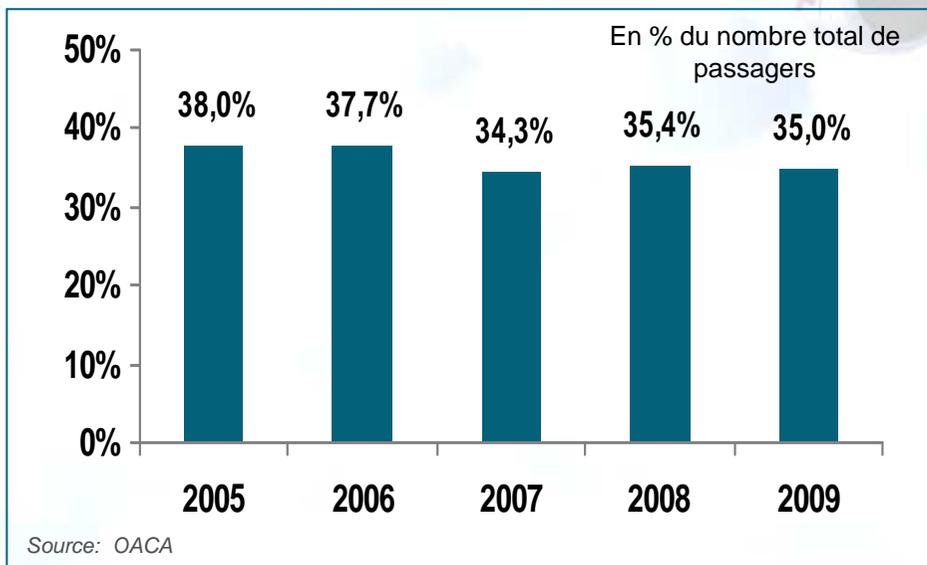
Trafic international depuis et vers la Tunisie



■ Trois types de compagnies sont présentes sur le marché Tunisien

- Compagnies régulières
- Compagnies hybrides
- Compagnies opérant seulement des vols charter

Parts de marché sur les vols internationaux



■ L'offre de Tunisair est adaptée à la structure du marché

- Service régulier traditionnel
- Service régulier hybride vers l'Europe
- Service charter pur
- Combinaison des trois types d'opérations sur les marchés France, l'Italie et l'Allemagne

Activité régulière solidement implantée

■ Une activité régulière en croissance

- Historiquement tournée vers l'Europe
- Vols directs à partir des villes tunisiennes non desservies par les concurrents, et vers des aéroports principaux et secondaires à l'étranger
- Classe économique au standard international sur l'ensemble des vols réguliers
- une classe affaires disponible sur des destinations sélectionnées, de plus en plus présente
- Développement des marchés de l'Afrique de l'Ouest et du Moyen-Orient (10% de l'activité en 2009)
- Développement du Trafic de transit grâce au développement du réseau sur l'Afrique (7% des revenus en 2009) et l'apport progressif de Mauritania Airways
- Fort potentiel de croissance sur les niches

Activité Charter dotée d'une excellente réputation

- 10^{ème} opérateur charter mondial ⁽¹⁾ , opérant principalement à partir de l'Europe
- Rôle historique dans la promotion du tourisme
- Adaptée à la forme traditionnelle du tourisme en Tunisie
- Qualité de service reconnue
- Contrats avec 50 TO dans 18 pays
- Excellentes relations avec les principaux TO basées sur des contrats d'une durée de trois ans
- La possibilité de transférer une partie de la capacité charter sur des vols réguliers et la flexibilité en terme de capacité grâce à la variété de modules d'avions, permettant de renforcer la relation de la compagnie avec les TOs.

(1) Source: Airline Business, enquête de novembre 2009

Avantages Compétitifs Majeurs

- Réseau dense offrant des vols directs depuis et vers des aéroports secondaires de la Tunisie ou des pays étrangers
 - Meilleure pénétration du marché aussi bien pour l'activité régulière que charter
 - Stratégie difficilement répliquable par les concurrents
 - Présence historique et occupation des meilleurs créneaux horaires

- Qualité reconnue du produit Tunisair
 - Flotte moderne, de nouvelle génération, retrofitée
 - Standards de sécurité les plus élevés
 - Importante notoriété de la marque en Tunisie et à l'étranger

- Flux de trafic diversifiés
 - VFR (visiting friends and relatives) : 1,1M de personnes.
 - Tourisme de congrès et séminaires, éco-tourisme, golf, tourisme médical...
 - Tunisiens voyageant à l'étranger (loisir ou affaires)

- Position centrale du hub Tunis-Carthage
 - Capacité suffisante pour développer le trafic de 6^{ème} liberté

Stratégie

- Croissance maîtrisée, orientée vers la rentabilité
- Développement de l'activité régulière et rationalisation de son réseau
- Développement du hub de Tunis-Carthage (trafic de transit)
- Densification du réseau en Afrique de l'Ouest et au Moyen-Orient
- Développement des synergies avec Sevenair et Mauritania Airways
- Développement des vols long-courrier vers le Canada et les Etats-Unis à partir de 2012
- Amélioration de la productivité
- Nouveaux systèmes internes pour une organisation plus efficace
- Modernisation et homogénéisation de la flotte
- Renforcement de la notoriété (communication institutionnelle - communication produit)



Fidélisation et e-commerce

- Offres de tarifs « loisir » mis en place en 2008 et développés en 2009
- Développement du programme de fidélisation Fidelys : trois niveaux de statut de membre, partenariat avec Sixt (location de voitures)
- Développement significatif du site internet (1^{er} point de vente de la compagnie en 2010)

The screenshot displays the Tunisair website interface. At the top, the Tunisair logo is visible in Arabic and French. The navigation menu includes 'DECOUVRIR TUNISAIR', 'TOURISME MEDICAL', 'INFORMATIONS', 'VOYAGEURS FREQUENTS', and 'SERVICES CLIENTELE'. The main content area features a flight booking form with fields for 'De' (TUNIS), 'Vers', 'Type de voyage' (Aller simple, Aller retour), 'Départ' (01 Mai 2010), 'Retour' (08 Mai 2010), and 'Voyageurs' (Adultes, Jeunes, Enfants, Bébé). A 'VALIDER' button is present. To the right, a banner celebrates 'Fidelys fête ses 15 ans' (Fidelys celebrates its 15th anniversary) with a large '15' and '1995-2010'. Below this, a red banner promotes 'Last minute au départ de la Tunisie' (Last minute departure from Tunisia) with a call to action: 'Cliquez, réservez ... profitez de nos promotions de dernière minute !'. The footer contains the website URL 'www.tunisair.com' and the Tunisair logo.

1. Positionnement et stratégie

2. Indicateurs opérationnels

3. Indicateurs Financiers

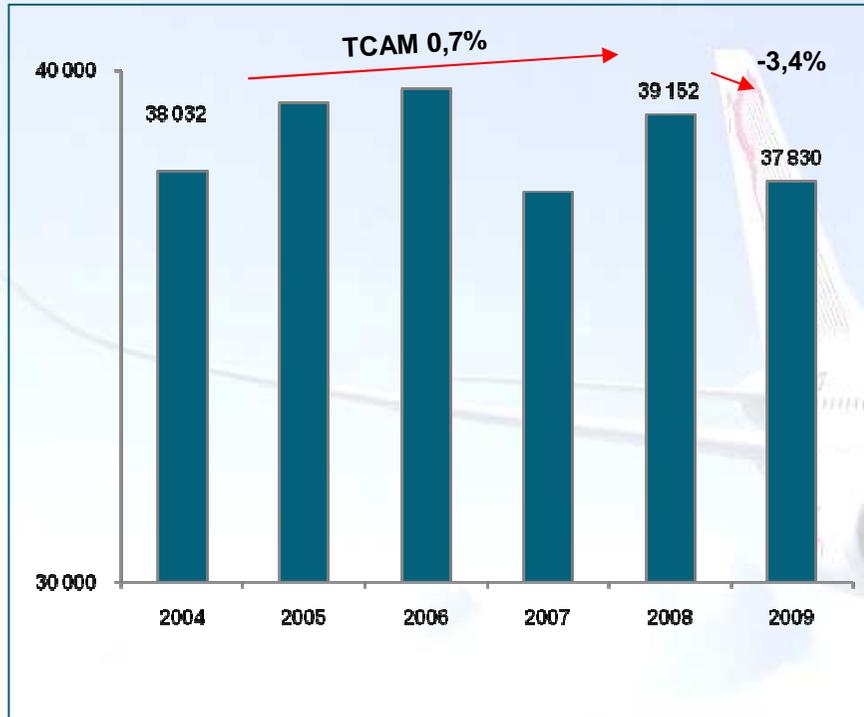
4. Stratégie Financière

5. Perspectives

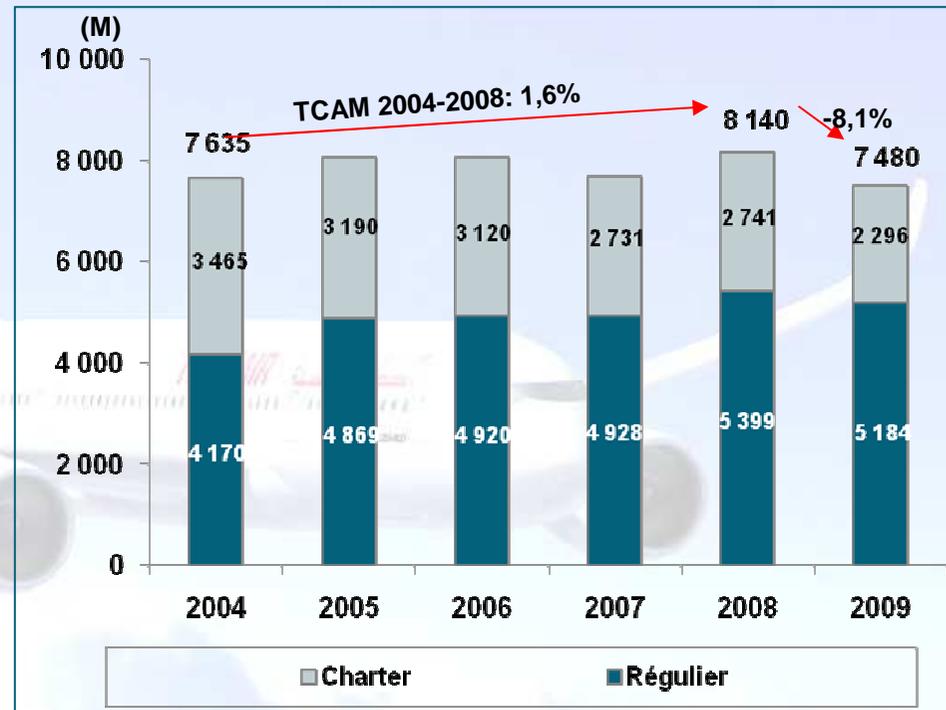


Statistiques Opérationnelles - Offre

Nombre de vols



Sièges Kilomètre Offerts : SKO



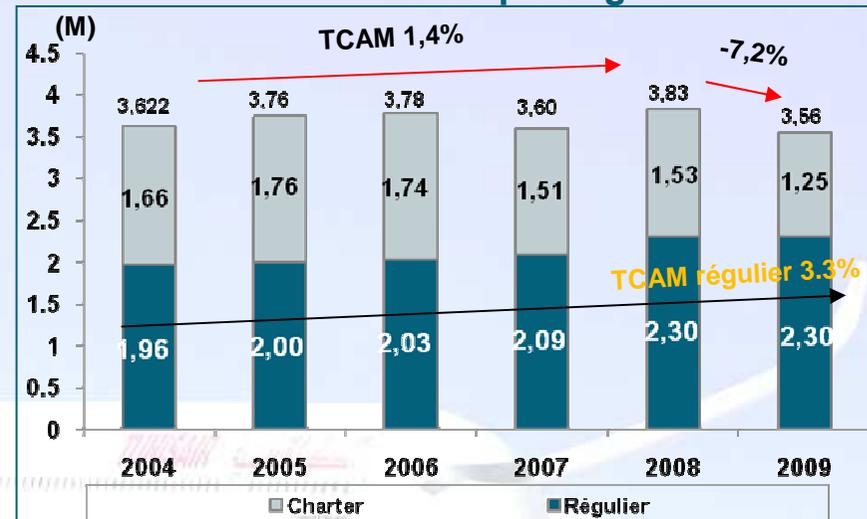
TCAM : Taux de Croissance Annuel Moyen

- Augmentation constante mais modérée de la capacité offerte de 2004 à 2008
- Réduction de la capacité en 2009 en raison de la crise économique ainsi que de l'annulation des deux pèlerinages pour cause de la grippe H1N1

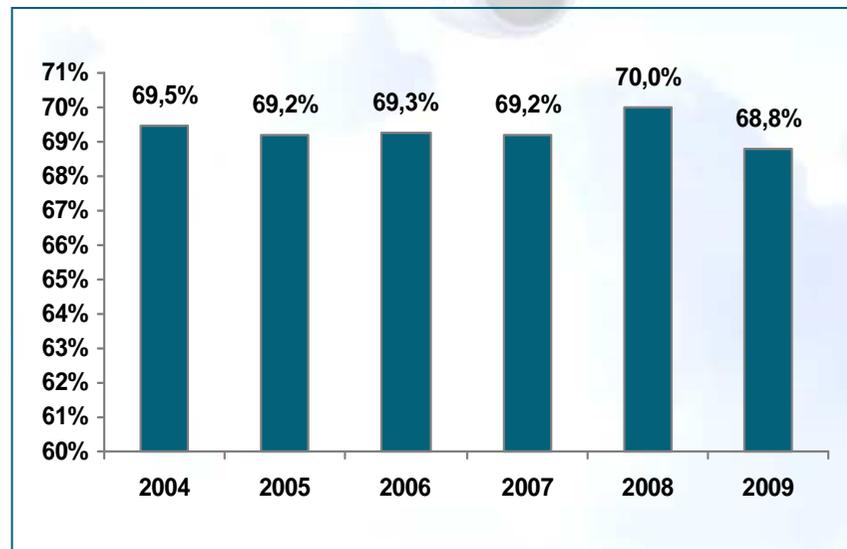
Statistiques Opérationnelles - trafic

- Développement de l'activité régulière : augmentation du nombre de fréquences, ouverture de nouvelles lignes (trafic passager régulier en croissance de 3,3% en TCAM de 2004 à 2009)
- Activité charter : concentration sur les routes les plus rentables

Nombre total de passagers

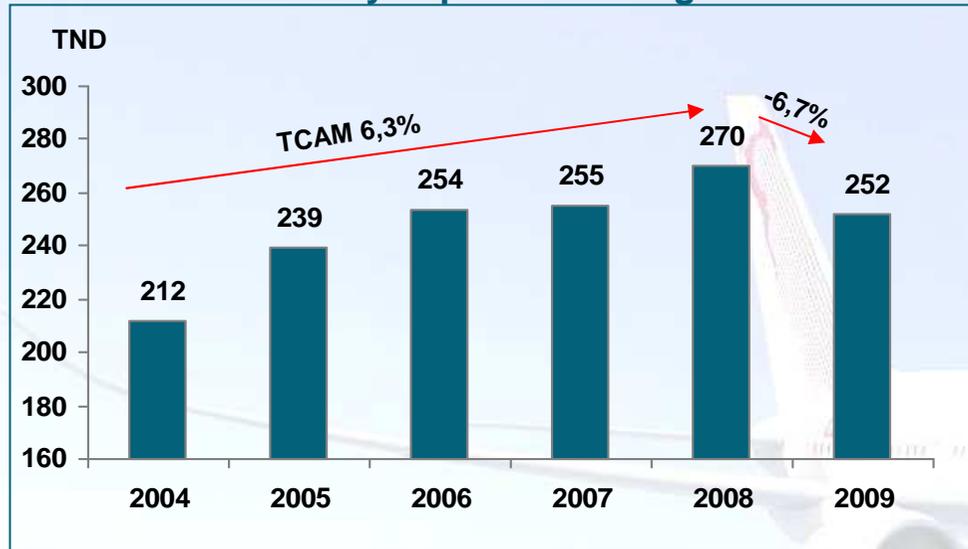


Coefficient de remplissage (passager)

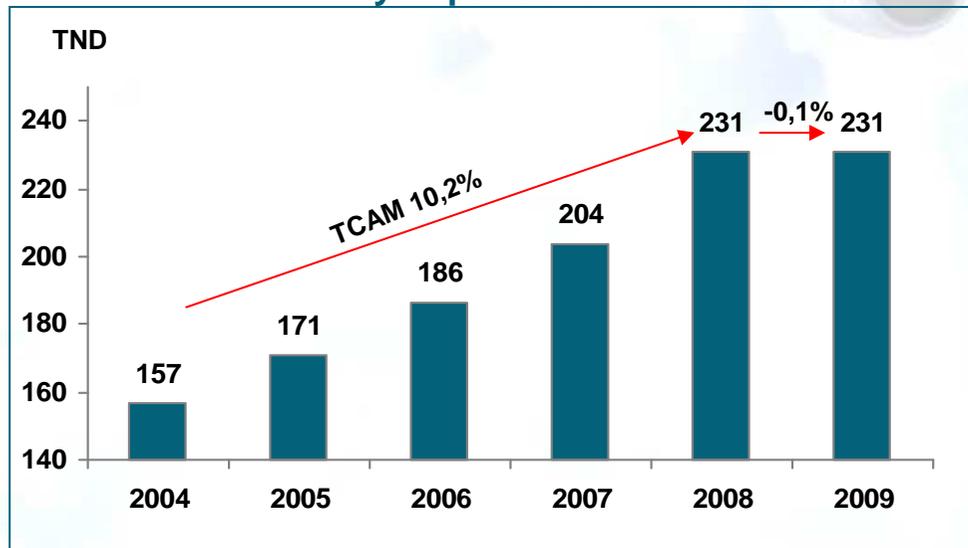


Statistiques Opérationnelles - Tarifs

Tarif moyen par sens - Régulier



Tarif moyen par sens - Charter



■ 2004-2008 : politique tarifaire efficace

- Augmentation de 6,3 % en TCAM du tarif moyen sur le régulier
- Augmentation de 10,2 % en TCAM du tarif moyen sur le charter (gestion efficace de la capacité charter)

■ 2009 :

- Offres promotionnelles sur les vols réguliers impactant la recette unitaire mais soutenant le coefficient de remplissage
- Impact négatif de l'annulation des pèlerinages Omra et Hadj.
- Bon maintien des tarifs charters grâce à une gestion efficace et active de la capacité

1. Positionnement et stratégie

2. Indicateurs opérationnels

3. Indicateurs Financiers

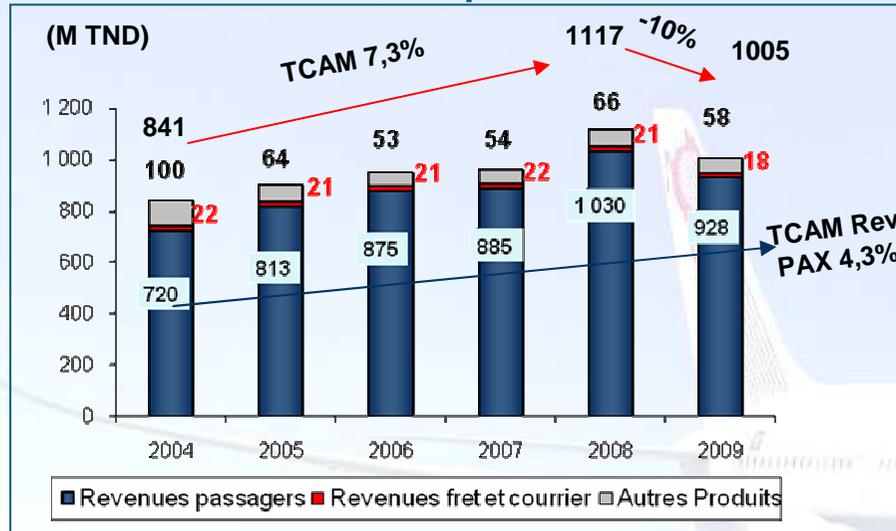
4. Stratégie Financière

5. Perspectives

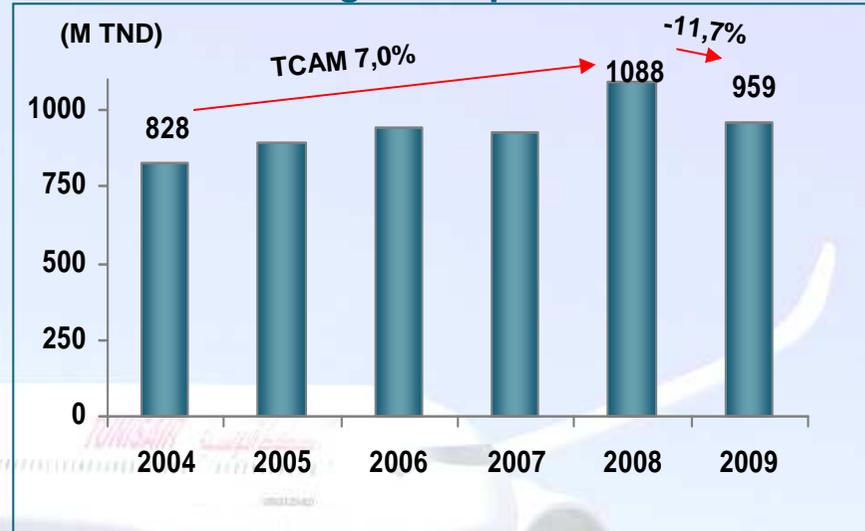


Produits et Charges d'Exploitation

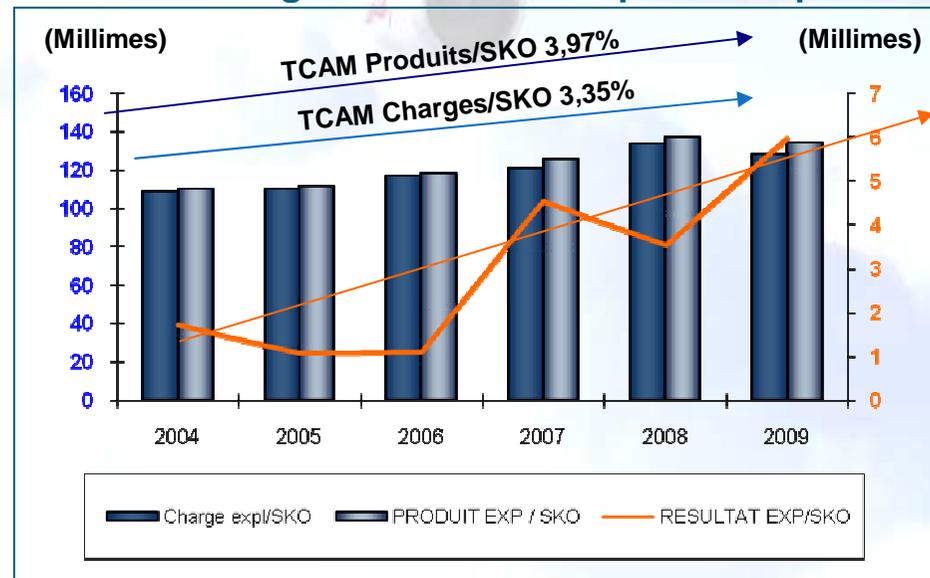
Produits d'exploitation



Charges d'exploitation

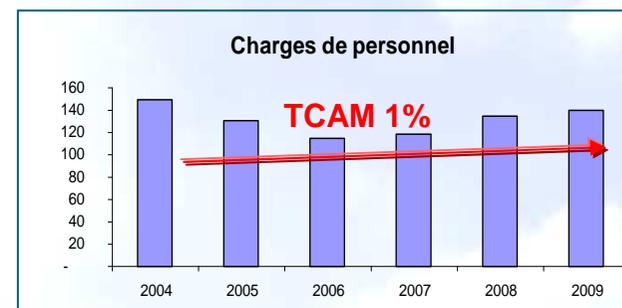
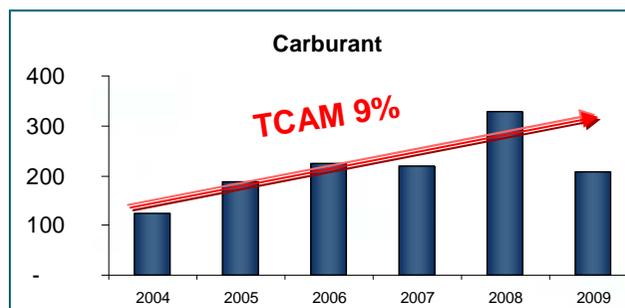
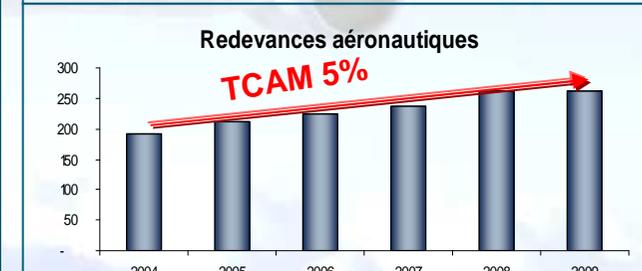
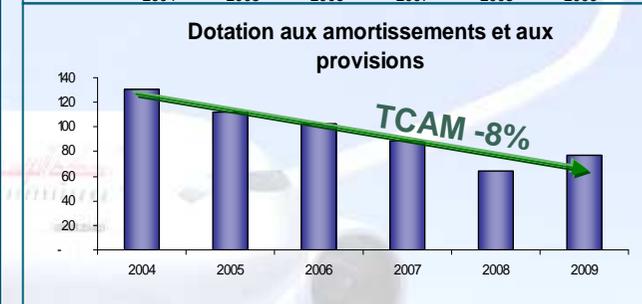
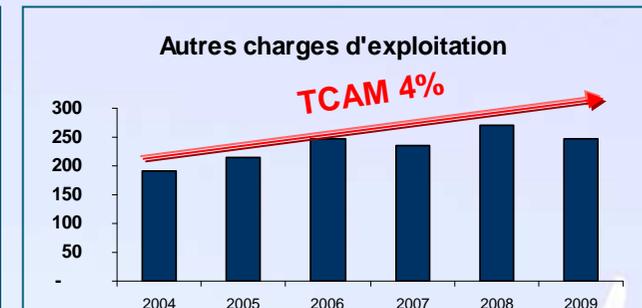
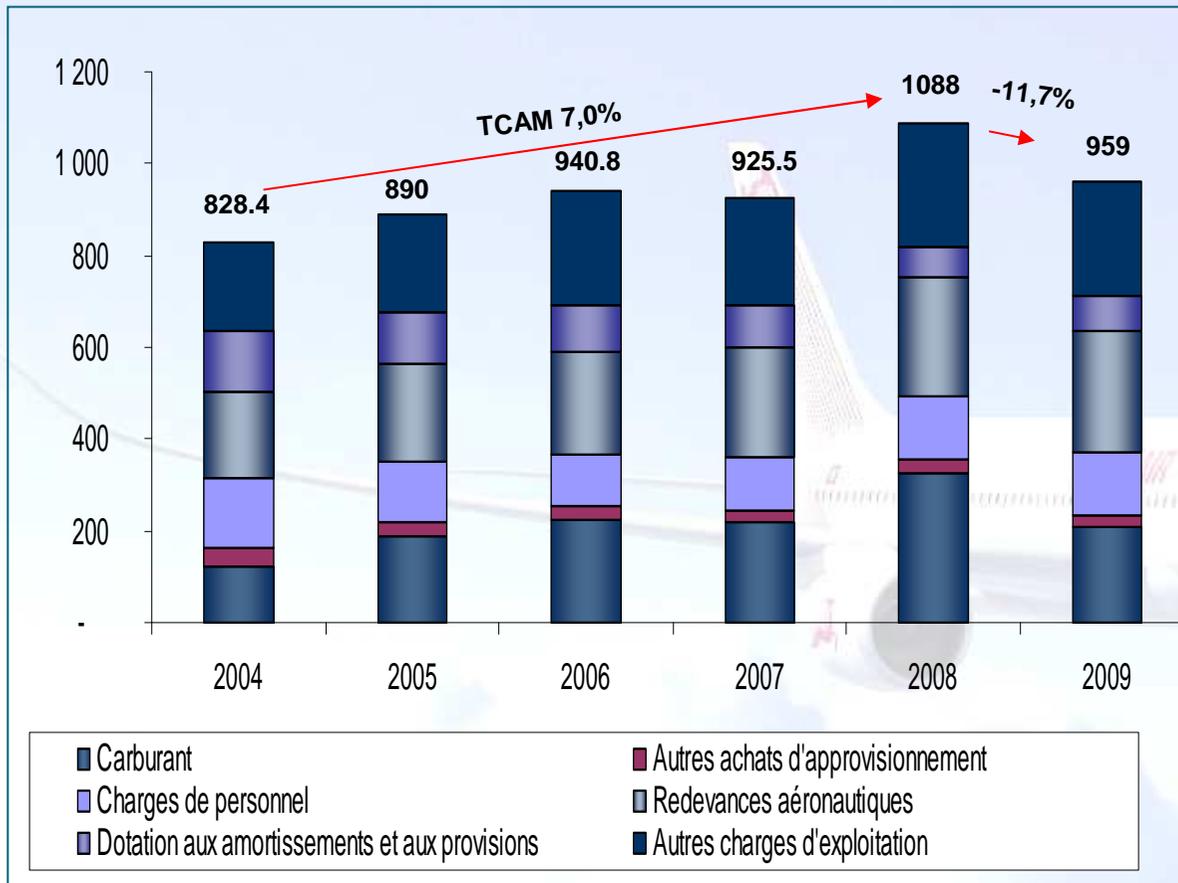


Produits / Charges et résultat d'exploitation par SKO



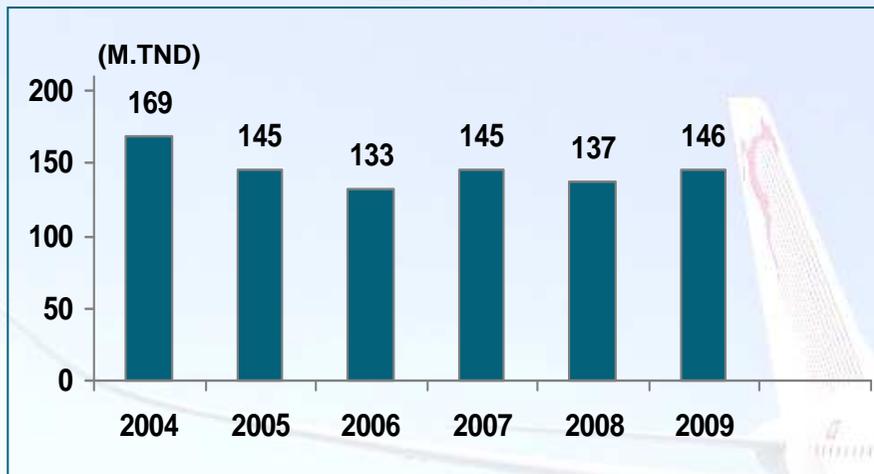
TCAM Res.Exp/SKO
21%

Évolution des principales rubriques de Charges d'exploitation

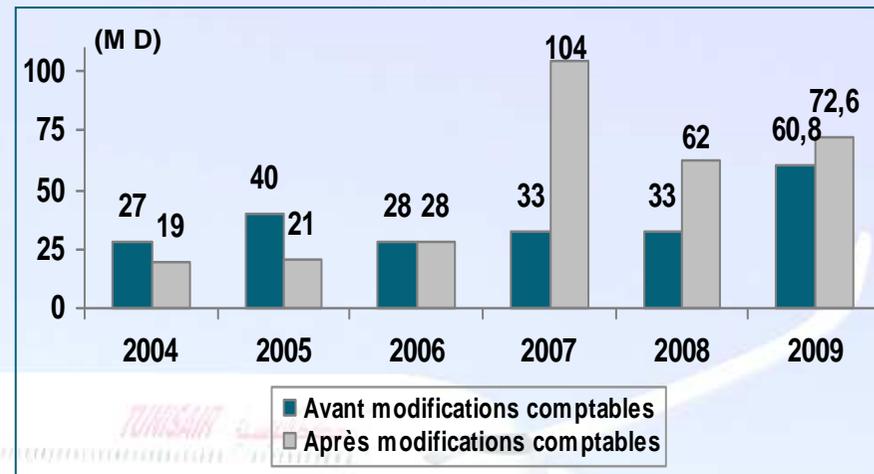


Indicateurs Financiers

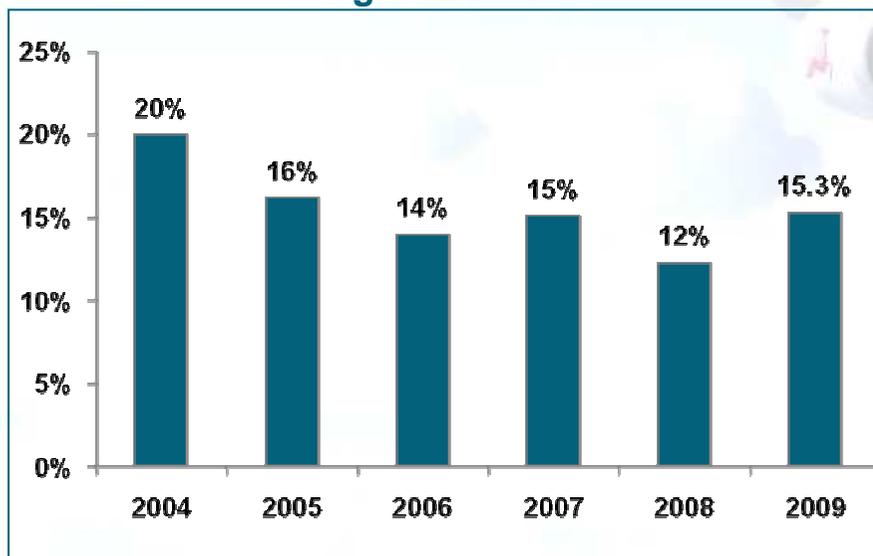
EBITDAR



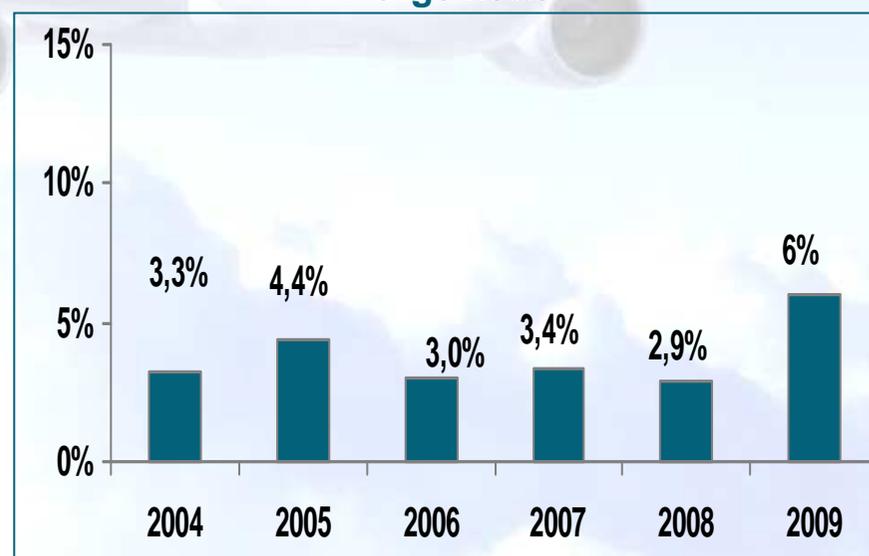
Résultat net



Marge d'EBITDAR

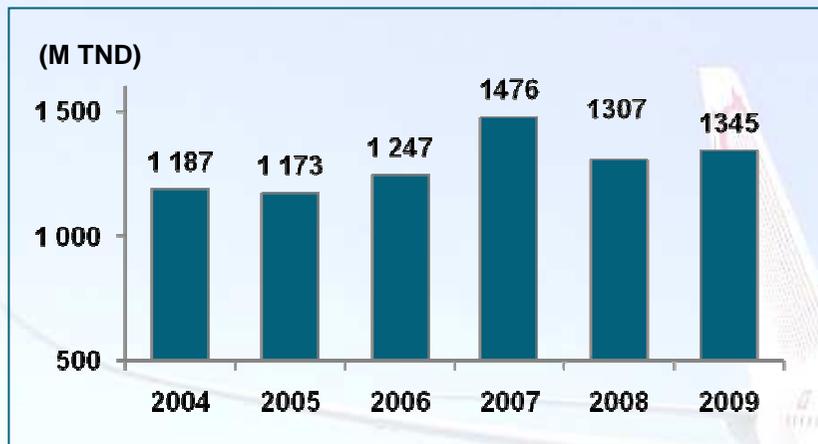


Marge nette

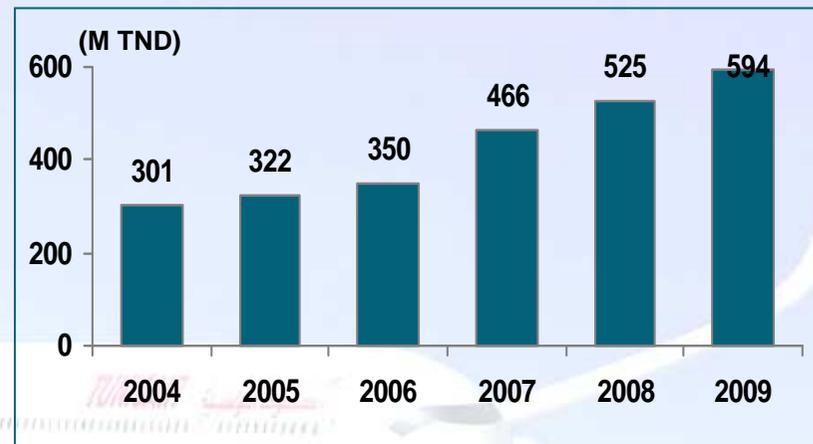


Bilan

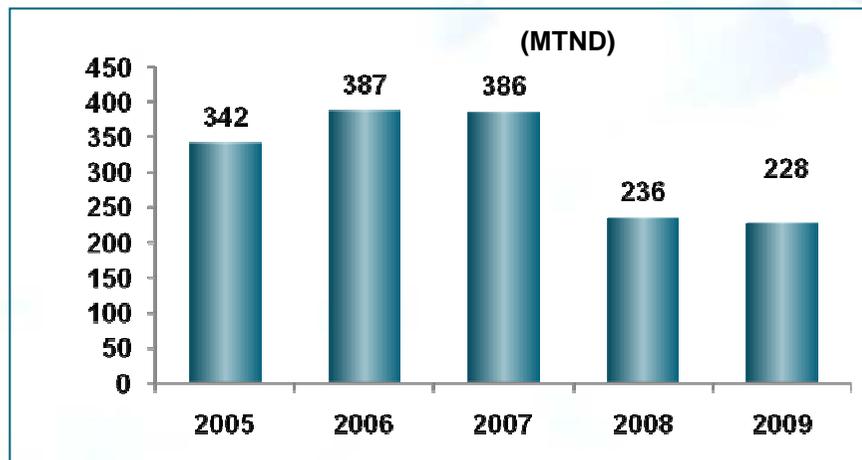
Total des actifs



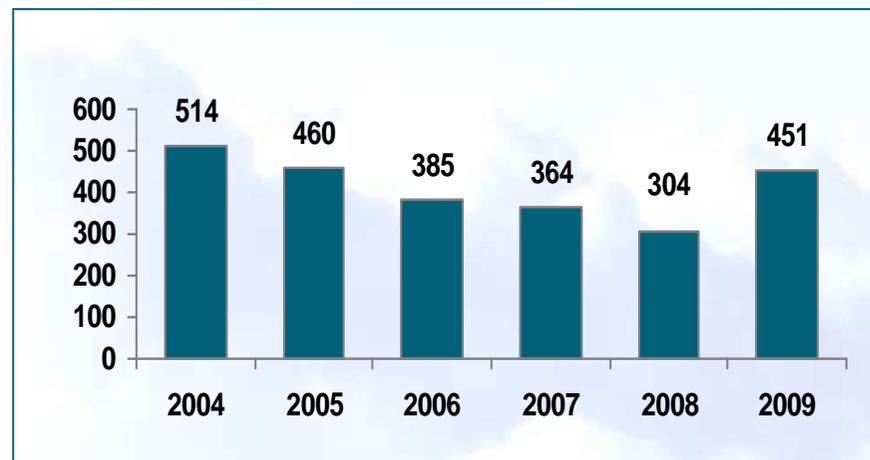
Total des capitaux propres



Liquidités et équivalents de liquidités, placements court-terme⁽¹⁾



Endettement



Conclusion : Une Structure Financière Solide

- 15 avions de la flotte sont en propriété, 12 en leasing Financier, 2 en crédit hypothécaire assuré, 1 en crédit Commercial.
- Niveaux confortables des liquidités et de la solvabilité.
- Forte position de trésorerie, entre 2,5 et 4,9 mois de produits d'exploitation sur les derniers exercices
- Faible niveau d'endettement
- Obligations financières constamment respectées.

➔ Structure financière solide permettant à Tunisair de mettre en place son programme de renouvellement de la flotte

1. Positionnement et stratégie

2. Indicateurs opérationnels

3. Indicateurs Financiers

4. **Stratégie Financière**

5. Perspectives

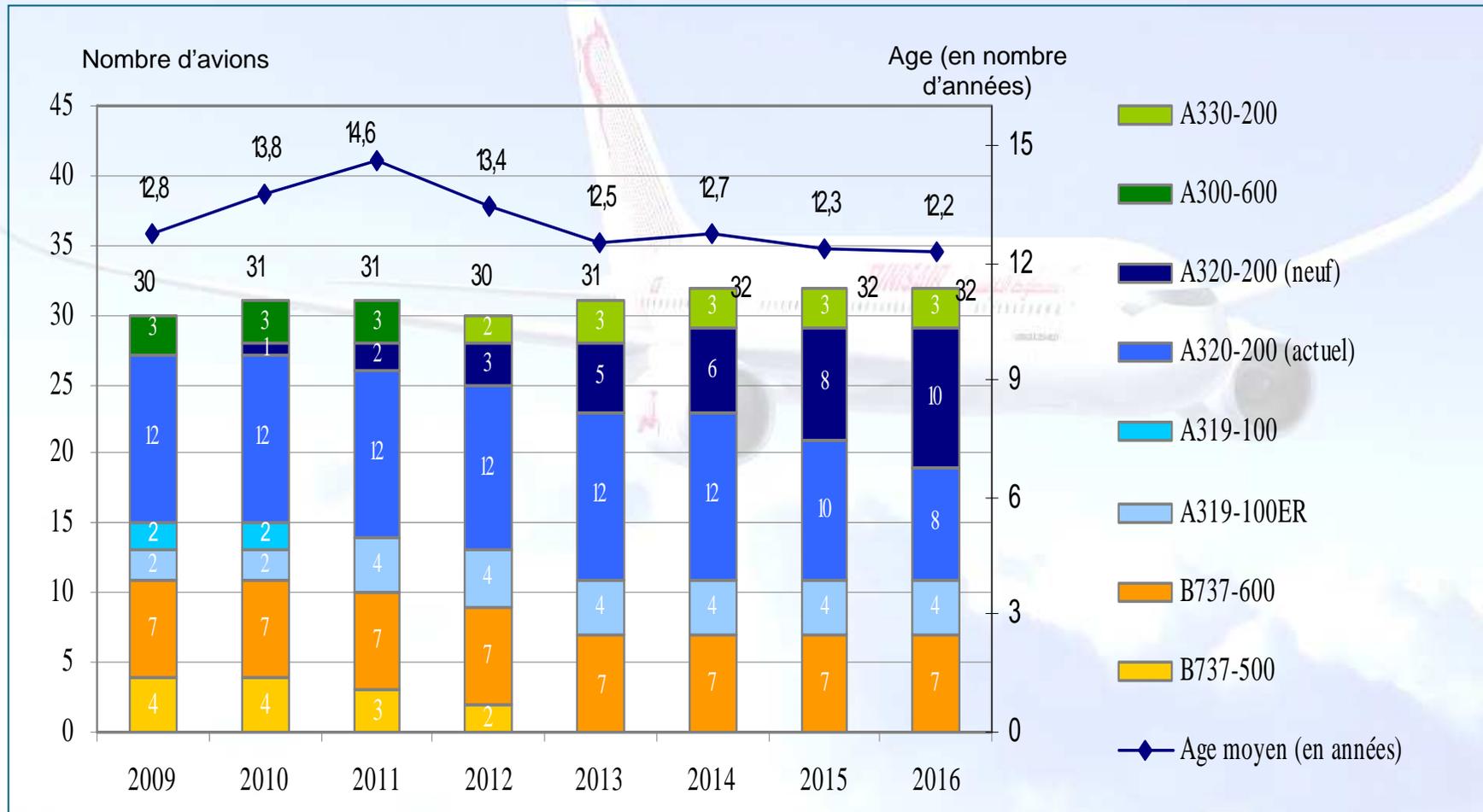
Plan de Renouvellement de la Flotte Commerciale

Commande ferme

Type d'avion	Nombre d'avions	Année prévue de livraison
Moyen porteurs	1	2010
	1	2011
	1	2012
	2	2013
	1	2014
	2	2015
	2	2016
Gros porteurs I	2	2012
	1	2013
Gros porteurs II	2	2018
	1	2019

- 11 avions seront vendus avant 2016
 - L'ensemble des B737-500 et des A300-600
 - Les 4 A320 les plus anciens

Plan de flotte des avions commerciaux 2009-2016



- Le plan de flotte de la compagnie permet de garder l'âge moyen des avions à 12 ans

Plan de Financement

- L'enveloppe de l'investissement avions de la compagnie est de l'ordre de 1500 millions de dollars sur la période 2009-2019.
- Conformément aux contrats signés entre Tunisair et le constructeur Airbus, le prix des appareils est réglé selon un échéancier qui s'étale sur 3 à 6 ans avant la livraison de chaque appareil. Ces avances sur commandes représentent entre 25% et 30% de la valeur définitive à la livraison.
- Selon le plan de financement de la compagnie, l'enveloppe d'investissement sera financée :
 - 15% autofinancement
 - 85% Endettement.
- En 2009 et 2010, la compagnie a eu recours au crédit local pour le financement des avances sur commandes en raison du renchérissement des marges bancaires sur le marché international suite à la crise financière.
- Par ailleurs, un crédit international assuré a été lancé pour financer les deux premières livraisons des A320-200 de juin 2010 et avril 2011.

Stratégie de couverture contre les risques financiers

■ Carburant

- La couverture a concerné 33% de la quantité budgétisée et d'une manière décroissante sur l'année.
- Le prix moyen est de 82\$/Baril.
- Le résultat de la couverture 2009 : -27,4 millions TND.
- Aucune opération de couverture pour 2010 en raison de l'instabilité du marché.
- La compagnie se prépare pour revenir sur le marché à partir de la fin de l'été 2010.

■ Taux d'intérêt

- Étant donné les conditions actuelles du marché, Tunisair est en train de contracter ces crédits à taux variable avec l'option de fixer le taux au cours de la durée de crédit.

■ Taux de change

- La position de Tunisair est longue en EUR et short en USD compte tenu de la structure des recettes et des Dépenses.
- À travers sa politique de financement Tunisair est en train de créer les conditions d'une couverture naturelle sur ses devises (Matching des ressources et des emplois dans les différentes devises).

1. Positionnement et stratégie

2. Indicateurs opérationnels

3. Indicateurs Financiers

4. Stratégie Financière

5. Perspectives



Tendances 2010

- T1 2010 vs. T1 2009
 - Nombre de passagers transportés stable
 - Croissance profitable de l'activité régulière
 - ↻ + 2,7 % en nombre de passagers
 - ↻ + 4,5 points pour le coefficient de remplissage passager
- Avril 2010 : suite aux effets du nuage volcanique nous avons enregistré une baisse de 5.9% (activité cumulée à -2.9%)
- Saison estivale 2010
 - Croissance du nombre de réservations de l'activité régulière (+3 %)
 - Le programme charter est en progression par rapport à 2009
- Confirmation de l'activité pèlerinage et Omra en 2010 soit plus de 50.000 passagers additionnels

Nouveautés commerciales

Été 2010

- 8 nouvelles fréquences : Milan (2); Tripoli (3); Madrid (1) ; Bordeaux (1); Monastir sur Lyon (1)
- Introduction d'un nouveau vol Djerba- Luxembourg tous les mardis
- Introduction d'un nouveau vol Djerba Monastir Londres tous les lundis et jeudis
- Introduction de la Classe affaires sur les axes de Tunis-Milan et de Djerba-Paris
- Et bien sur Tozeur Milan et Madrid

Hiver 2010-2011

- Reprise du développement avec 19 nouveaux vols réguliers
- Etude de deux nouvelles destinations : Douala (Cameroun) et Ouagadougou (Burkina Faso)

L'Accord Open Sky

Libéralisation du trafic aérien décidée par le Président de la République dans le programme présidentiel 2009-2014

- Cadre actuel :
 - Le marché charter a été entièrement libéralisé depuis les années 1960
 - Le marché régulier, fonctionnant sur la base d'accords bilatéraux, s'est progressivement libéralisé depuis plus de 10 ans
 - Canada: Signature de l'accord aérien en 2010, USA devrait suivre
 - Pays de l'Afrique de l'Ouest : Décision de Yamoussoukro (liberté de trafic pour les compagnies basées dans la région)

Peu de nouvelles compagnies régulières et charters sont attendues sur le marché tunisien, et à l'inverse les compagnies tunisiennes seront autorisées à opérer sans restrictions vers l'ensemble des aéroports européens

- Les compagnies à bas coûts seront certainement les principaux entrants (elles sont aujourd'hui autorisées à opérer vers les aéroports de Tozeur et Tabarka)
- Les principaux concurrents attendus sont Easyjet et Ryanair mais seulement sur quelques routes (ex. Paris/Marseille-Tunis/Enfidha)

Adaptation au nouvel environnement

- La stratégie commerciale introduite en 2007 a permis de mettre en place des mesures préventives :
 - ↳ Rationalisation du réseau
 - ↳ Développement de l'activité régulière
 - ↳ Industrialisation des fréquences
 - ↳ Dynamicité accrue de la politique tarifaire
 - ↳ Développement du site internet et du call center
 - ↳ Rentabilisation de l'activité transport
 - ↳ Gestion de la croissance en 2008 et amortissement de la crise en 2009

- Un cabinet de conseil sera mandaté en septembre 2010 afin d'assister Tunisair dans le lifting de sa stratégie en vue de la libéralisation
- Etude d'experts de l'IATA sur la compression des coûts à Tunisair réalisée en 2010 en cours d'implémentation
- Mise à niveau technologique en cours (core system, programmation intégrée....)



Fly Tunisair

www.tunisair.com