

Luxembourg, le 19 mai 2014

Bilan 2013

LuxairGroup résiste à la crise

Grâce à une performance dépassant les prévisions, LuxairGroup retrouve la rentabilité et enregistre un résultat positif pour l'exercice 2013. Ce résultat confirme la stratégie de croissance de la compagnie aérienne.

Après la perte historique de plus de 10 millions d'euros qui avait marqué l'exercice 2012, LuxairGroup a réussi à inverser la tendance en 2013 : le résultat net est positif – 1,9 millions d'euros – et ce malgré une situation concurrentielle de plus en plus débridée et un environnement conjoncturel toujours marqué par la crise.

Cette performance, qui dépasse de loin les prévisions initiales, n'est pas le fruit du hasard, mais témoigne de l'engagement du personnel LuxairGroup et de la capacité d'adaptation de l'entreprise.

« LuxairGroup confirme, par le résultat réalisé, sa capacité à réagir et à rebondir en temps difficiles, une prouesse qui tend à valoriser encore davantage son rôle d'entreprise au service de l'économie locale », se félicite ainsi Paul Helming, Président du Conseil d'administration.

Mandaté par le Conseil d'administration pour analyser et remettre en question la stratégie d'entreprise, le consultant externe Roland Berger a confirmé la stratégie actuelle comme étant la seule viable - à condition de garantir la stabilité financière de la société par une réduction des pertes de l'activité « vols réguliers ». Une parfaite maîtrise des coûts et un gain substantiel en efficacité et en productivité est indispensable pour garantir la pérennité de LuxairGroup.

Adrien Ney, Directeur général de LuxairGroup, est satisfait du résultat : *« Pour remplir les conditions de succès décrits par Roland Berger, nous avons procédé à l'analyse détaillée du fonctionnement de LuxairGroup, pour ensuite innover et optimiser. Nous avons réussi, avec une politique commerciale agressive, à réduire la perte de Luxair Luxembourg Airline tout en maintenant l'emploi, ce dont nous pouvons être très fiers ! »*

Résultat opérationnel en équilibre

Trois facteurs, outre une timide reprise conjoncturelle, expliquent un résultat opérationnel en équilibre, après une perte de 18 millions euros en 2012 : la réduction, au-delà des attentes, du déficit de l'activité « vols réguliers » ; le retour à la rentabilité de LuxairCARGO, grâce entre autres à la performance exceptionnelle de Cargolux ; et le meilleur résultat jamais atteint par le voyageur LuxairTours.

La stratégie de croissance adoptée respectivement par Luxair Luxembourg Airlines et par LuxairTours s'est ainsi avérée payante.

En ce qui concerne Luxair Luxembourg Airlines, le succès se traduit par un plus de 14% du nombre de passagers, le lancement de nouvelles destinations (Copenhague, Dublin, Stockholm, Lisbonne) et l'augmentation de rotations vers des destinations clefs (Londres, Milan, Hambourg, Berlin, Genève, Munich, Vienne, Paris).

Stratégie de croissance pour Luxair

Le succès de la stratégie commerciale, avec des prix d'entrée de 99 euros pour un vol aller-retour, qui doit stimuler le segment des voyageurs « loisirs », permet à Luxair Luxembourg Airlines de concurrencer les compagnies low-cost, par un concept de tarification honnête et transparente ainsi qu'une qualité de service supérieure.

Les revenus de Luxair Luxembourg Airlines ont ainsi augmenté de 6% et, combiné à un contrôle des coûts plus efficace, la perte a pu être réduite d'un tiers – bien au-delà des prévisions les plus optimistes.

Année record pour LuxairTours

Pour le voyageur LuxairTours, l'année a été historique : une croissance de 2% du nombre de passagers pour arriver à un total de 549.000 vacanciers et un résultat financier en très forte croissance. LuxairTours confirme de la sorte le développement continu de ces dernières années et les investissements effectués, notamment dans la flotte en optant pour des Boeing 737-800 offrant plus de confort et de capacité. Il s'agit d'une belle récompense pour l'offre vacances très variée mais toujours de qualité de LuxairTours.

Toutefois, la situation instable en Afrique du Nord et Moyen Orient met toujours à mal les destinations touristiques traditionnelles comme l'Égypte, le Maroc et surtout la Tunisie. Si LuxairTours a réussi à aiguiller la plupart de ses clients vers d'autres destinations, il n'en reste pas moins que depuis les débuts du printemps arabe en 2010, plusieurs dizaines de milliers de vacanciers ont renoncé à leurs vacances.

LuxairCARGO remonte la pente

Finally, LuxairCARGO has benefited from the timid conjunctural relaunch to find its own profitability, after a loss of 3.4 million euros recorded in 2012. It is especially the strong growth of Cargolux in terms of tonnage transported that has allowed LuxairCARGO to exceed its 2013 budgetary forecasts.

The situation for LuxairCARGO remains however fragile, given that the global conjunctural situation is still delicate. The activity of air freight maintenance distinguishes itself in effect by its relationship of cause to effect immediate in relation to the global economic situation, just as for the direct link between the tonnage maintained and the financial result. It is for this reason, thanks to its expertise and investment in niches – to the image of the « Pharma & Healthcare Hub », the animal station or the collaboration with the Freeport – LuxairCARGO has managed to build pillars of activities less exposed to conjunctural risks.

Confirmer le renversement de tendance en 2014

For LuxairGroup, it will be a matter of confirming the performance of 2013, which cuts with the negative developments of several years of economic and financial crisis. Or, the global economy is not expected to do much better in the near future and the recovery remains very fragile.

« LuxairGroup est bien parée pour l'avenir. Sa situation financière, saine et solide, permet au Conseil d'Administration – sous réserve d'une maîtrise des coûts garantie – de soutenir la Direction de LuxairGroup dans la réalisation de son ambitieuse stratégie de croissance » conclut Paul Helming, suivi dans sa démarche par Adrien Ney : *« Par conséquent, il faut que LuxairGroup reste conscient de l'enjeu et poursuive dans le même état d'esprit, en montrant le même engagement qui a permis de réaliser d'excellents résultats en 2013. »*

The activities of LuxairGroup are exposed to a competitive environment where competitors continue to practice cost reduction policies. LuxairGroup will from now on be constrained to follow this trend to ensure its future.

Fact sheet

Facts	2013	2012	VAR
Net Result Luxair	1,9	-10,5	12,4
Turnover Luxair	471,6	446,7	24,9
EBIT Luxair	1,9	-16,8	18,6
EBIT Luxair Luxembourg Airlines	-12,0	-19,4	7,3
EBIT LuxairTours	9,4	4,3	5,1
EBIT LuxairCARGO	1,7	-3,4	5,1
EBIT LuxairServices	2,8	1,8	1,0
Number of passengers Luxair Luxembourg Airlines	912.213	804.198	108.015
Number of passengers LuxairTours	556.939	546.354	10.585
Number of passengers overall (incl. charter flights)	1.505.331	1.374.815	130.516
Number of seats offered Luxair Luxembourg Airlines	1.402.003	1.332.324	69.679
Number of seats offered LuxairTours	671.919	667.335	4.584
Seat Load Factor Luxair Luxembourg Airlines	63,3%	58,6%	5%
Seat Load Factor LuxairTours	81,8%	81,0%	1%
Seat Load Factor Overall	69,8%	66,5%	3%
Number of passengers handled at Luxairport	2.162.393	1.889.025	273.368
Tons handled (in 1.000 kg)	693.153	638.046	55.107

Fleet	2013	2012
Embraer ERJ-145	6	6
Bombardier Q400	6	6
Boeing 737-700	3	3
Boeing 737-800	2*	2*
* one aircraft on wet-lease during summer season (XL Airways France)		
Executive Committee		
Adrien Ney	President and Chief Executive Officer	
Martin Isler	Executive Vice-President Airline	
Laurent Jossart	Executive Vice President LuxairCARGO	
Alberto Kunkel	Executive Vice President Tour Operating and Sales & Marketing	
Marc Schroeder	Executive Vice President Finance ¹	
Thomas Czypulowski	Senior Vice President Information Systems & Organisation	
Michel Folmer	General Secretary	
Claude Olinger	Vice President Human Resources ²	

¹ as from May, 15th 2014

² as from March, 15th 2014