



Emirates

LE PARTENAIRE DU VOYAGE D'AFFAIRES

ÉTUDE RÉALISÉE PAR EPSA

L I V R E B L A N C

Vous avez dit disruptif ?

Pendant des années, le voyageur "loisirs" débutait ses vacances lorsqu'il arrivait sur son lieu de villégiature et le voyageur "professionnel" n'avait qu'une hâte, arriver le plus rapidement à destination. Nous avons eu l'ambition de changer cet état de fait, de créer une valeur ajoutée qui n'existait pas et n'était pas exprimée par ces mêmes voyageurs. Emirates est née de cette disruption.

Ainsi, en 1985, lorsque la compagnie naît, la volonté de ses fondateurs n'est pas de créer une nouvelle compagnie aérienne mais bel et bien de faire partager une nouvelle vision du voyage aérien international. Si cette même année connaît également la création de la première compagnie aérienne "low cost", elle voit naître avec Emirates cette approche diamétralement opposée.

Désormais, en France, depuis Paris, Lyon et Nice, votre voyage avec Emirates s'effectue dans des avions de dernière génération vous apportant un niveau de confort et une qualité de service extrême pour un parcours fluide et sans couture tout au long du voyage.

Cette expérience « Emirates », vécue chaque jour par de nombreux voyageurs internationaux, travel managers ou encore acheteurs, nous avons voulu la partager avec vous à travers ce livre blanc. Nous vous laissons découvrir avec ces quelques pages, pourquoi ils ont choisi de nous faire confiance. Nous les remercions chaleureusement pour leur participation.

Bonne lecture !



Thierry de Bailleul

Directeur Général France Emirates

Sommaire

Page 4 - Introduction - Emirates, le choix de l'excellence

Page 6 - Emirates, un réseau efficace

Page 17 - Emirates, une politique tarifaire « gagnant-gagnant »

Page 21 - Emirates, des services haut de gamme tout au long du voyage

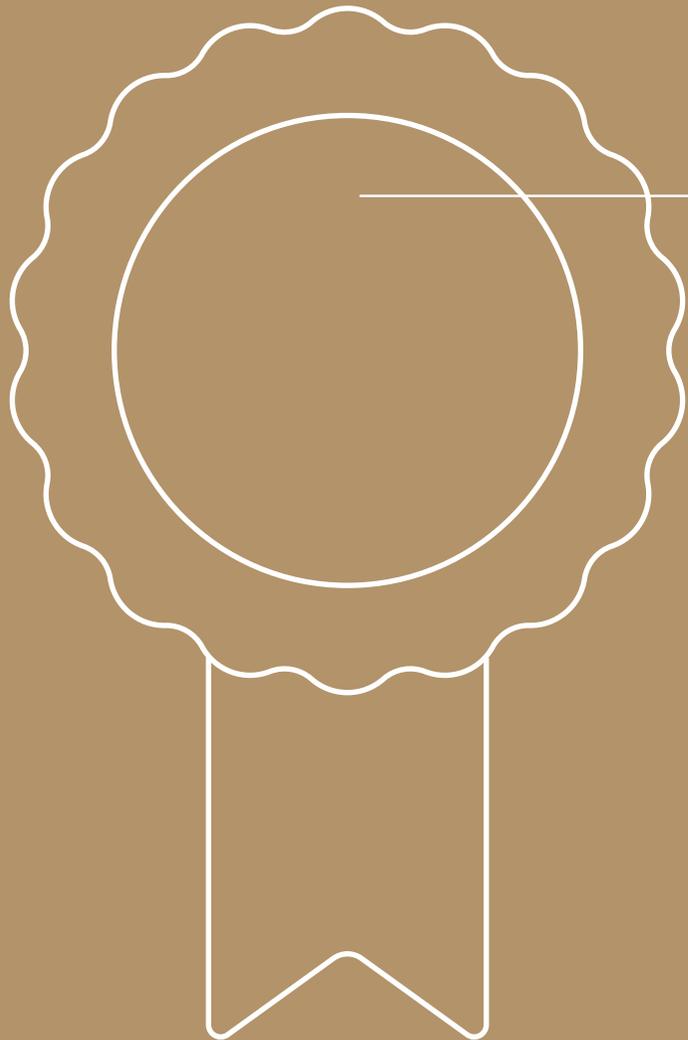
Page 24 - Emirates met la France au cœur du monde

Page 32 - Emirates, toujours plus haut, toujours plus loin

Page 39 - Ouverture

Page 39 - Remerciements

Page 39 - Contacts



**Emirates,
le choix de l'excellence**

Lorsque l'on demande aux voyageurs d'affaires ce qu'ils attendent de leur entreprise sur le sujet des déplacements professionnels* :



44%

souhaiteraient une garantie de conditions de confort satisfaisantes



27%

attendent « qu'elle facilite l'acte de réservation »



16%

aimeraient « qu'elle leur fasse confiance »



7%

voudraient « qu'elle respecte leur vie privée »

À la question « Quel est le premier principe qui guide la politique voyage de votre entreprise ?* »



46%

répondent « le prix »



40%

des voyageurs précisent « la sécurité »



5%

seulement attestent qu'il s'agit du « confort »

En parallèle, **45%** des travel managers considèrent que le **prix** est le premier principe de leur politique de voyages, suivi aussi de près par la **sécurité** avec **39%**.

Ces réponses soulignent en apparence la forte contradiction entre les attentes des voyageurs d'affaires et les besoins de l'entreprise.

Alors comment satisfaire leurs besoins et surtout cerner avec finesse leurs attentes pour s'y adapter le mieux possible ? Répondre à cette question a toujours été complexe pour l'agence de voyage, la compagnie aérienne ou le fournisseur d'outil de réservation car les acteurs sont multiples et interdépendants.

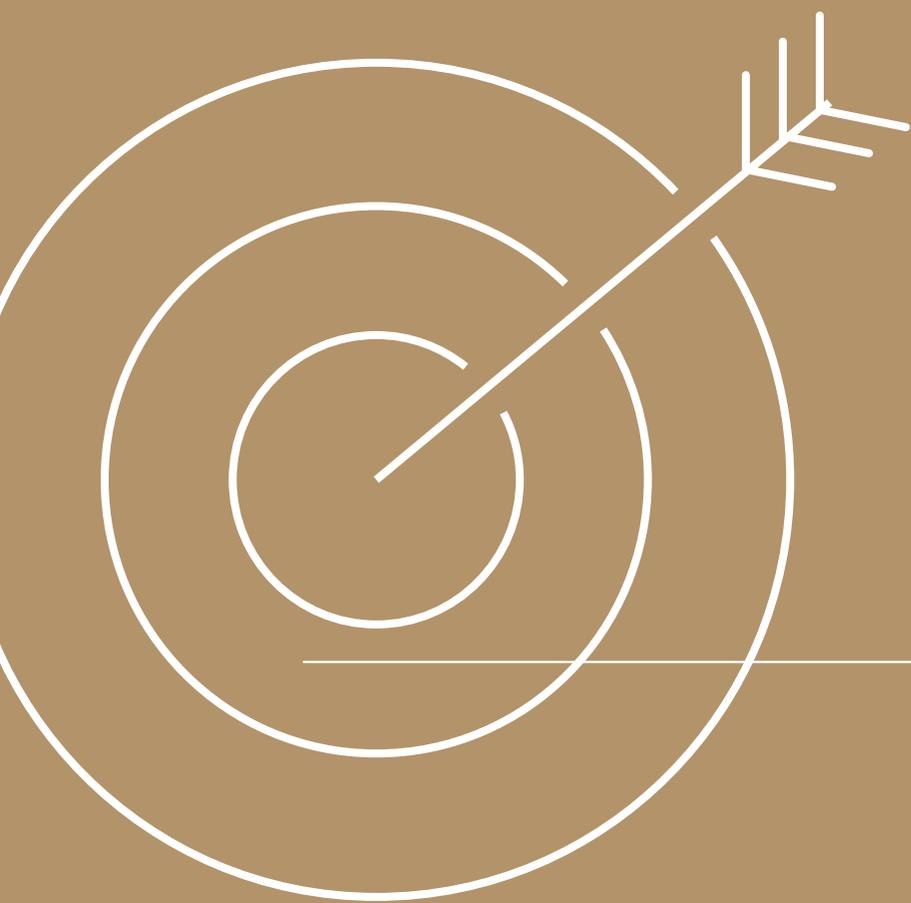
Depuis sa création en 1985, Emirates a fait le pari ambitieux de placer ces attentes au cœur de sa stratégie et de sa réflexion autour de son offre et de ses services. C'est dans cette perspective que s'inscrit ce livre blanc : identifier les points forts qui

permettent aujourd'hui à la compagnie de concilier les besoins de confort du voyageur avec les impératifs économiques de l'entreprise. En quelque sorte, réenchanter l'expérience voyageur tout en respectant les principes naturels d'une politique voyage.

La recette ? Le choix d'un réseau efficace, avoir décidé de mettre la France au cœur du monde, avoir privilégié une politique tarifaire « gagnant-gagnant », portée par des services haut de gamme à chaque étape du voyage.

100% des membres du CAC40, bénéficiaires de cette stratégie en sont déjà convaincus. À votre tour...

* Une étude réalisée par APPA



**Emirates,
un réseau efficace**

Un "pure-player" long-courrier

La stratégie Emirates est celle d'un « pure-player » du long-courrier. À ce titre, la compagnie exploite exclusivement des avions de grande capacité qui apportent un confort homogène, quel que soit le type de trajet effectué.

Voyager avec Emirates, c'est la garantie de voler uniquement en A380 ou en Boeing 777, dans les meilleures conditions possibles. Emirates a d'ailleurs été l'une des premières compagnies à exploiter l'A380 et est à la tête aujourd'hui d'une flotte de 104 appareils sur 49 destinations.

La compagnie intégrera prochainement 103 Boeing Dreamliners dans sa flotte, des avions de dernière génération.

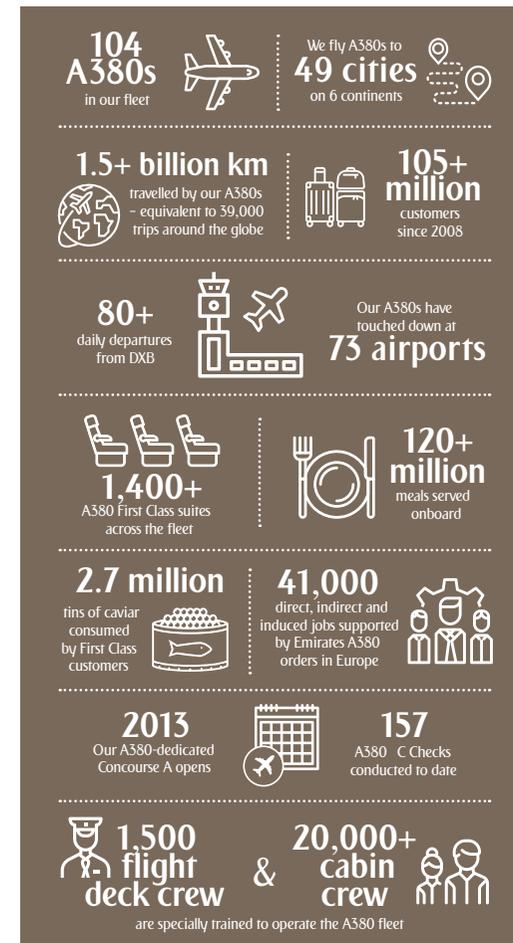
Le modèle d'Emirates se caractérise ainsi par la jeunesse de la flotte, dont l'âge moyen est de 5 à 6 ans. L'assurance d'un confort optimum et d'une sécurité totale.



L'A380 a été conçu pour que ce soit une nouvelle expérience pour le voyageur, et pensé pour que ce soit utile.

Jean-Marie Pean

Chairman & Advisory Partner, Bain & Company Middle East



Le monde à portée de main

Mondialisation oblige, le trafic aérien mondial est passé de 640 millions de passagers en 1980 à 3,4 milliards en 2016 et devrait atteindre 6 milliards en 2030. Historiquement concentré entre l'Europe et les Etats-Unis, le transport aérien a désormais pour barycentre, le Moyen Orient. La localisation de cette région permet une couverture globale. En effet, un tiers de la population mondiale est à moins de 4 heures du Moyen Orient, deux tiers à moins de 8 heures et près de 90 % à portée de vol direct.

Les aéroports se sont multipliés, transformés et agrandis pour devenir de véritables hubs pouvant accueillir des appareils de grande capacité comme l'A380. Dubaï en est l'un des meilleurs exemples avec un terminal dédié à l'A380, unique au monde.

La compagnie Emirates a ainsi la possibilité de couvrir plus aisément de plus en plus de destinations à travers le monde.

Avec 161 destinations proposées sur 86 pays, Emirates assure désormais une couverture géographique optimale pour les déplacements professionnels vers l'Afrique, l'Asie, l'Océanie et l'Amérique.

Le 2 en 1 Emirates

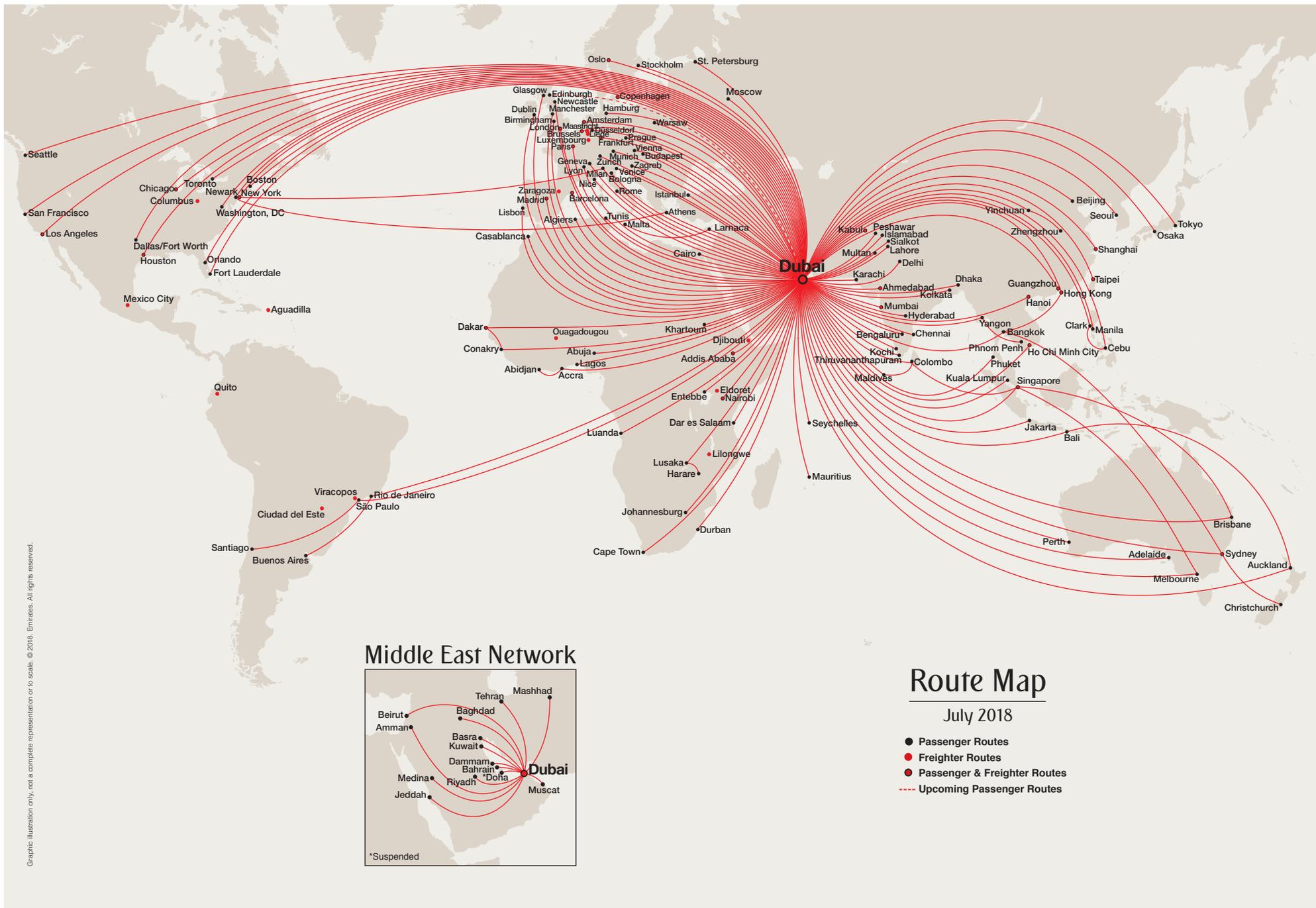
La force du réseau Emirates permet de réaliser également des voyages multi destinations pour des déplacements d'affaires. On peut ainsi coupler un voyage à Dubaï et Singapour, par exemple, dans la plus grande fluidité avec un voyage sans couture.



1/3
DE LA POPULATION
MONDIALE
à - de 4 heures
du Moyen Orient

2/3
DE LA POPULATION
MONDIALE
à - de 8 heures
du Moyen Orient

Près de
90%
DE LA POPULATION
MONDIALE
à portée de
vol direct



Graphic illustration only, not a complete representation or to scale. © 2018, Emirates. All rights reserved.

Middle East Network



Route Map

July 2018

- Passenger Routes
- Freighter Routes
- Passenger & Freighter Routes
- - - Upcoming Passenger Routes

Le choix de l'excellence

Un réseau efficace

Une politique tarifaire « gagnant-gagnant »

Des services haut de gamme tout au long du voyage

Emirates met la France au cœur du monde

Toujours plus haut, toujours plus loin

Ouverture

La régularité et la fluidité du temps de parcours, facteurs clés d'un voyage serein

Une étude récente réalisée par Booking.com illustre les craintes des voyageurs d'affaires. Au premier rang, les connexions manquées (36%) suivies de la perte de bagages (26%) et le stress lié à la barrière de la langue (26%). S'agissant des exigences, à côté des aspects liés au confort de l'appareil, s'ajoute une seconde dimension, cruciale lorsque la fréquence des vols s'intensifie : la régularité. L'aéroport de Dubaï a ainsi été construit dès le départ sur le principe d'un hub, au cœur des échanges internationaux. Les parcours clients ont été pensés pour une fluidité maximale avec des transferts optimisés reposant par exemple sur des infrastructures spécifiques. L'aéroport de Dubaï est ainsi le seul au monde à exploiter un terminal exclusivement dédié aux Airbus 380.

Pour le voyageur d'affaires, avoir la certitude que son vol partira et arrivera à l'heure prévue est un impératif. Pour le travel manager, cela se traduit par une meilleure satisfaction des collaborateurs et une meilleure productivité.

Emirates fait de la régularité et de la fluidité de parcours une priorité absolue.

Rank 2016	Rank 2015	Airport City / Country / Code	INTL passengers (Explaining and deplaning)	Percent change
1	1	DUBAI, AE (DXB)	83 105 798	7.3
2	2	LONDON, GB (LHR)	71 030 114	1.7
3	3	HONG KONG, HK (HKG)	70 098 216	3.0
4	5	AMSTERDAM, NL (AMS)	63 533 504	9.1
5	4	PARIS, FR (CDG)	60 384 822	0.0
6	6	SINGAPORE, SG (SIN)	58 158 000	6.1
7	8	INCHEON, KR (ICN)	57 152 206	17.3
8	7	FRANKFURT, DE (FRA)	53 707 953	-0.5
9	9	BANGKOK, TH (BKK)	45 291 073	-4.7
10	11	TAIPEI, TW (TPE)	41 876 848	9.9
11	10	ISTANBUL, TR (IST)	41 035 985	-2.2
12	12	LONDON, GB (LGW)	39 264 495	7.1
13	16	DOHA, QA (DOH)	37 216 179	20.4
14	13	KUALA LUMPUR, MY (KUL)	36 962 822	7.3
15	14	MADRID, ES (MAD)	36 074 688	6.8
16	15	MUNICH, DE (MUC)	32 569 420	4.0
17	19	BARCELONA, ES (BCN)	32 316 655	11.1
18	17	TOKYO, JP (NRT)	31 981 208	4.7
19	18	NEW YORK NY, US (JFK)	31 827 823	5.2
20	20	ROME, IT (FCO)	29 096 160	2.9
TOP 20 FOR 2016			952 493 869	5.8

Rank 2017	Rank 2016	Airport City / Country / Code	INTL passengers (Explaining and deplaning)	Percent change
1	1	DUBAI, AE (DXB)	87 722 023	5.6
2	2	LONDON, GB (LHR)	73 187 196	3.0
3	3	HONG KONG, HK (HKG)	72 462 116	3.4
4	4	AMSTERDAM, NL (AMS)	66 401 146	7.7
5	5	PARIS, FR (CDG)	63 897 227	5.5
6	6	SINGAPORE, SG (SIN)	61 574 000	5.9
7	7	INCHEON, KR (ICN)	61 520 572	7.6
8	8	FRANKFURT, DE (FRA)	57 122 348	6.4
9	9	BANGKOK, TH (BKK)	48 211 600	7.8
10	10	TAIPEI, TW (TPE)	44 479 754	6.2
11	11	ISTANBUL, TR (IST)	44 254 473	7.5
12	14	KUALA LUMPUR, MY (KUL)	42 354 534	14.6
13	12	LONDON, GB (LGW)	41 476 858	5.3
14	15	MADRID, ES (MAD)	36 479 159	8.7
15	13	DOHA, QA (DOH)	35 262 164	-5.3
16	16	MUNICH, DE (MUC)	34 721 745	6.6
17	17	BARCELONA, ES (BCN)	34 527 018	6.8
18	18	TOKYO, JP (NRT)	33 090 944	3.4
19	19	NEW YORK NY, US (JFK)	32 431 419	2.1
20	22	TORONTO ON, CA (YYZ)	29 655 141	8.1
TOP 20 FOR 2017			1 005 231 439	5.7



Le must c'est partir de chez soi et d'avoir le moins de coupures, de phases de voyage possible : voiture, passage rapide au contrôle, c'est très bien !



Jérôme Bonnepart
Travel Manager ARKEMA

Des partenariats au service du client

Emirates a fait le choix de nouer un partenariat avec la compagnie **flydubai** afin d'offrir à ses clients des voyages vers 90 destinations complémentaires et toutes les destinations régionales du Moyen Orient. Ce partage de codes permet un choix plus large de vols et l'accès à un plus vaste réseau de destinations qui différencie Emirates des autres compagnies du Golfe. Il permet également de proposer des destinations sur des marchés stratégiques et en croissance comme l'Inde, l'Iran ou encore le Pakistan.

Les partages de codes ainsi opérés procurent aux clients Emirates de nombreux avantages aussi bien en Classe Économique qu'en Classe Affaires.

Les membres Emirates Skywards, quant à eux, bénéficient également des avantages du programme de fidélité Emirates sur les vols en partage de codes.



Il permet de proposer des destinations peu desservies sur des marchés stratégiques et en pleine croissance comme l'Inde, le Pakistan et l'Iran.

Des partenariats au service du client

Emirates a également noué un partenariat avec la compagnie **Qantas** en 2013.

Qantas est la plus grande compagnie aérienne d'Australie et la plus ancienne compagnie aérienne en activité sans interruption au monde. Le partenariat entre les deux compagnies offre une expérience de voyage incomparable sur l'un des plus grands réseaux du monde.

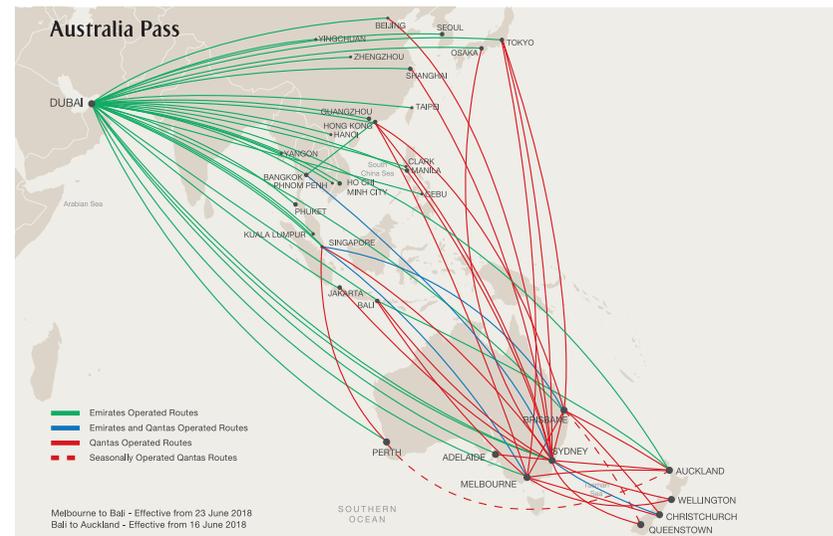
Ensemble, les deux compagnies opèrent 98 vols hebdomadaires (84 pour Emirates et 14 pour Qantas) reliant Adelaïde, Brisbane, Melbourne, Perth et Sydney à Dubaï et plus de 70 villes en Europe, au Moyen-Orient et en Afrique. Le partenariat donne également accès au réseau national australien de Qantas pour les clients d'Emirates, avec plus de 55 destinations et 5 000 vols hebdomadaires.

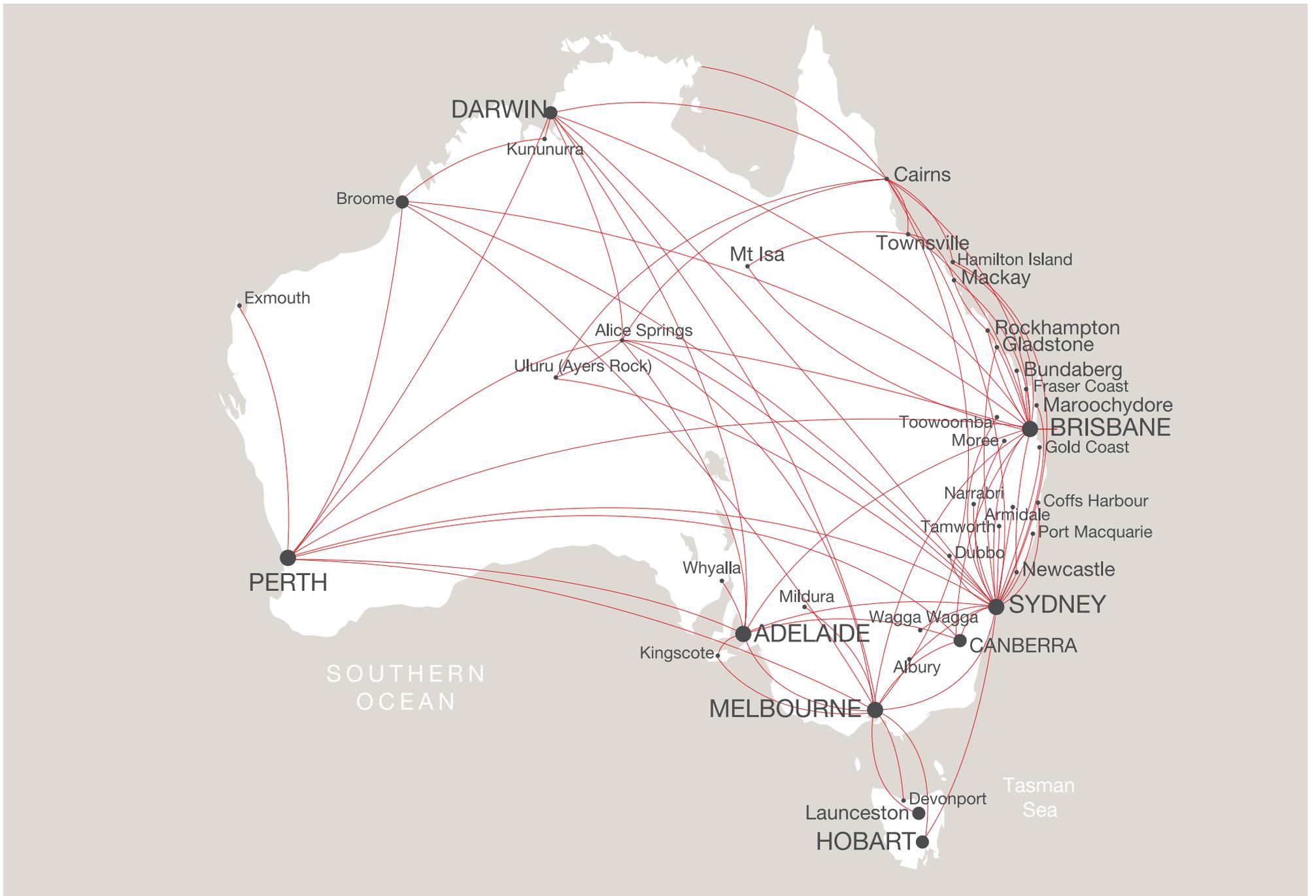
Ce partenariat offre des avantages exclusifs pour les voyageurs fréquents : cumuler et échanger des points ou des Miles sur les vols Emirates et Qantas mais aussi profiter d'un réseau élargi avec leur niveau d'adhésion pris en compte par les deux compagnies.

Ce partenariat commercial à long terme va au-delà du partage de codes et comprendra une collaboration sur le réseau avec des prix, des ventes et des horaires coordonnés.

Plus d'informations :

<https://www.emirates.com/fr/french/skywards/about/partners/airlines/qantas.aspx>





L'innovation constante au service des clients

Pour promouvoir son offre, Emirates est moteur dans l'intégration de nouvelles technologies et plus particulièrement de la norme niveau 2 NDC (New Distribution Capability) mise en place par IATA. L'objectif de la compagnie est d'offrir le meilleur rapport qualité-prix. Elle se félicite aujourd'hui de pouvoir proposer la meilleure classe économique ainsi que des services uniques (Wi-Fi à bord sur 98% des vols, limousine, espace de confort,...)

Emirates est, par exemple, la 1^{ère} compagnie à avoir proposé en 1992 des écrans TV individuels devant chaque siège, dans toutes les classes. L'année suivante, elle a été la première à embarquer les télécommunications et à autoriser le téléphone mobile à bord dès 2008.

Emirates travaille à proposer dès demain des offres personnalisées qui intégreront l'ensemble des services et options de la compagnie. Un hackathon a d'ailleurs été organisé à Dubaï en 2017 pour favoriser l'émergence de solutions innovantes autour de cette nouvelle norme.



C'est beaucoup plus pratique d'accéder au Wi-Fi depuis qu'on peut se connecter uniquement avec son numéro de carte Skywards.



Arnaud Despontin

SVP Sales Marketing and Operations, IDEMIA

La compagnie dispose aussi de son propre Innovation Lab à Dubaï et travaille autour de 6 thématiques sur le transport et le voyage du futur : intelligence, rapidité, économie, service, sûreté et sécurité. Dubaï reste, d'ailleurs, le hub d'innovation par excellence pour la compagnie qui souhaite en faire la plateforme la plus avant-gardiste. Objectif : améliorer l'expérience client, en utilisant toutes les données à chaque étape du voyage. Elle a ainsi mis en place dès 2017, en roll out progressif, la technologie biométrique et les portes automatiques avec déploiement sur 18 mois, au terminal 3 de l'aéroport.

En parallèle, l'entreprise s'est lancée dans un programme de transformation profonde pour hisser Emirates en haut de l'échelle en matière de process, d'organisation et de modernité, avec un principe d'excellence.

En termes de produits, Emirates poursuit également ses investissements dans le renouvellement de la flotte avec le lancement de nouvelles cabines proposées sur les Boeing 777 et le déploiement du nouveau bar sur les A380.

Des prix très compétitifs

Emirates s'avère être un partenaire global très intéressant si l'on prend en compte son offre tarifaire associée à un réseau répondant à l'ensemble des besoins de déplacements des voyageurs d'affaires. Le prix ATP (Average ticket price) du billet est en effet généralement beaucoup moins élevé par rapport aux autres compagnies analysées et l'offre, beaucoup plus vaste.

Ainsi, pour satisfaire les exigences des acheteurs, Emirates propose des tarifs en moyenne 31% moins chers que les compagnies concurrentes et garantit flexibilité et disponibilité.

De nombreux acheteurs l'ont déjà bien compris, ce qui a notamment contribué à la mise en place de 10 vols quotidiens vers Dubaï au départ de Londres et 3 au départ de Paris.

Les prix très compétitifs pratiqués par Emirates ont aussi convaincu 100% des membres du CAC 40 d'utiliser les services de la compagnie.

O/D	Classe de vol	Emirates Prix moyen	Autres compagnies aérienne Prix moyen	Performance Emirates vs autres compagnies aériennes
Paris - Tokyo	Affaires	3 067 €	5 472 €	-44%
Dubaï - Paris	Economie	938 €	1 004 €	-7%
Paris - Singapour	Economie	1 025 €	1 779 €	-42%
Bangkok - Paris	Affaires	2 747 €	4 124 €	-33%



Le fait que les billets flexibles soient peu onéreux est fondamental pour nous car nos rendez-vous professionnels, c'est souvent de la dernière minute.



Laurence Hainault

Managing Director Head of EMEA Telecoms, CREDIT SUISSE

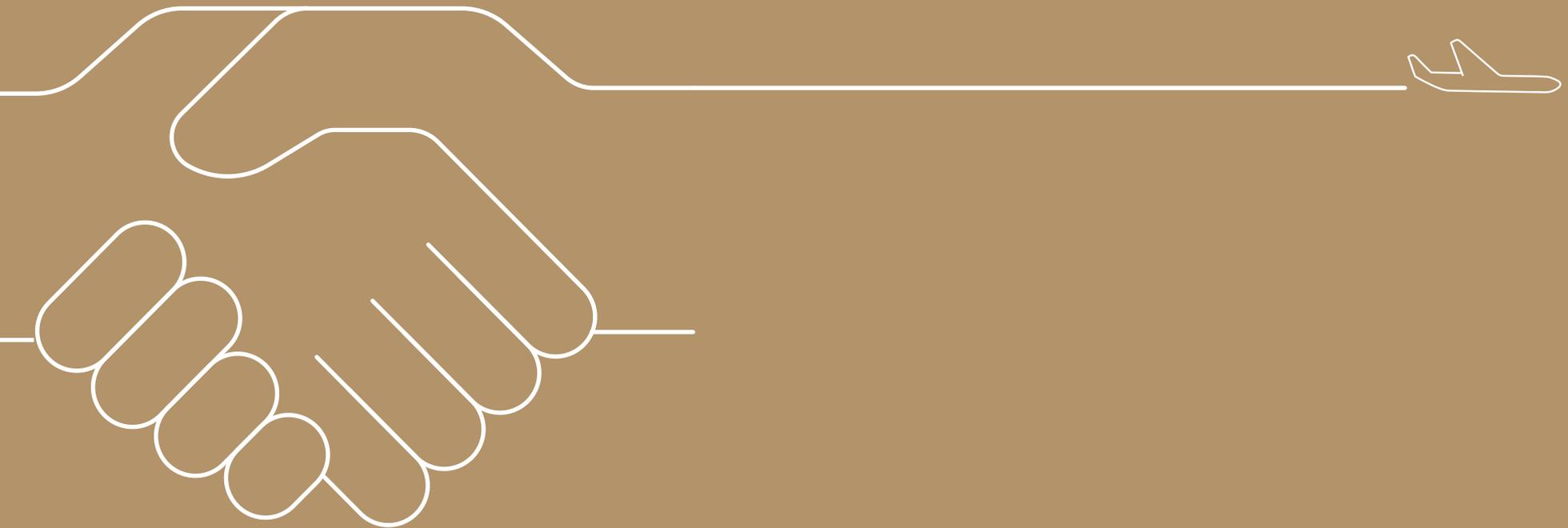
Exemple de vols proposés en Classe Économique (anticipation : +/- 2 mois)



Exemple de vols proposés en Classe Affaires (anticipation : +/- 2 mois)



Emirates, une politique tarifaire "gagnant-gagnant"



Proposer des économies à tous les niveaux

Trop souvent, la disponibilité des tarifs négociés proposés par certaines compagnies est plutôt faible. Emirates a fait le choix d'une flotte qui garantit une accessibilité forte à ses meilleurs tarifs. La compagnie propose, par exemple sur « Paris-Dubai », en moyenne une disponibilité en Classe Affaires de son meilleur tarif dans deux cas sur trois. Ce ratio est largement supérieur à celui de ses concurrents directs. Compétitivité et disponibilité sont ainsi réunies pour voyager au meilleur prix.

À ces économies réalisées sur le prix du billet, s'ajoute une série de services proposés gratuitement par la compagnie qui permettent de réduire significativement les TCO (total cost of ownership) liés à chaque déplacement, tout en augmentant la qualité de service et le confort offert aux collaborateurs. Le service de limousine illustre bien cet exemple, permettant d'économiser 100 à 200 € par course, selon la ville et l'aéroport desservis. Dans la même optique, réserver un voyage en classe économique avec Emirates s'apparente en matière de qualité offerte à un déplacement en classe éco-premium avec une autre compagnie. D'ailleurs, Emirates a reçu le prix de la meilleure cabine économique par Tripadvisor en 2017.



C'est très intéressant quand on inclut au prix du billet le service de limousine. C'est 100 à 200€ de taxi qui sont économisés.



Arnaud Despontin

SVP Sales Marketing and Operations, IDEMIA

Meilleure cabine
économique
2017



Encore mieux, proposer des tarifs disponibles

Les budgets voyages sont très souvent sous pression. Disposer d'un bon tarif est idéal mais en disposer le jour où vous organisez le voyage c'est nettement mieux. Emirates le propose aujourd'hui grâce au nombre de sièges dont elle dispose : 346 sièges entre la France et Dubaï en classe Affaires sont disponibles chaque jour et par sens et 236 entre Dubaï et Singapour par jour et par sens. Idem sur d'autres destinations, compte tenu de la capacité des avions utilisés et des fréquences.

Petit sondage express : avez-vous déjà regardé la vraie disponibilité des meilleurs tarifs sur un vol ?



La fidélité des clients et des acheteurs récompensée

Lorsque l'entreprise dispose d'un accord commercial et qu'elle est aussi inscrite au programme Emirates Business Rewards : soit elle bénéficie d'une réduction immédiate sur les tarifs contractuels, soit elle cumule des Point Business Rewards (1 point Business Rewards pour 1 USD dépensé) sur les autres tarifs. 100% de la dépense bénéficie d'une remise au travers de l'offre corporate Emirates.

Pour les PME-PMI qui ne disposent pas d'un accord, l'entreprise cumule des points Business Rewards aussi bien sur les tarifs publics que sur les tarifs publics incluant les tarifs promotionnels. L'entreprise pourra alors dépenser les points selon ses envies (réservations de vols ou surclassements).

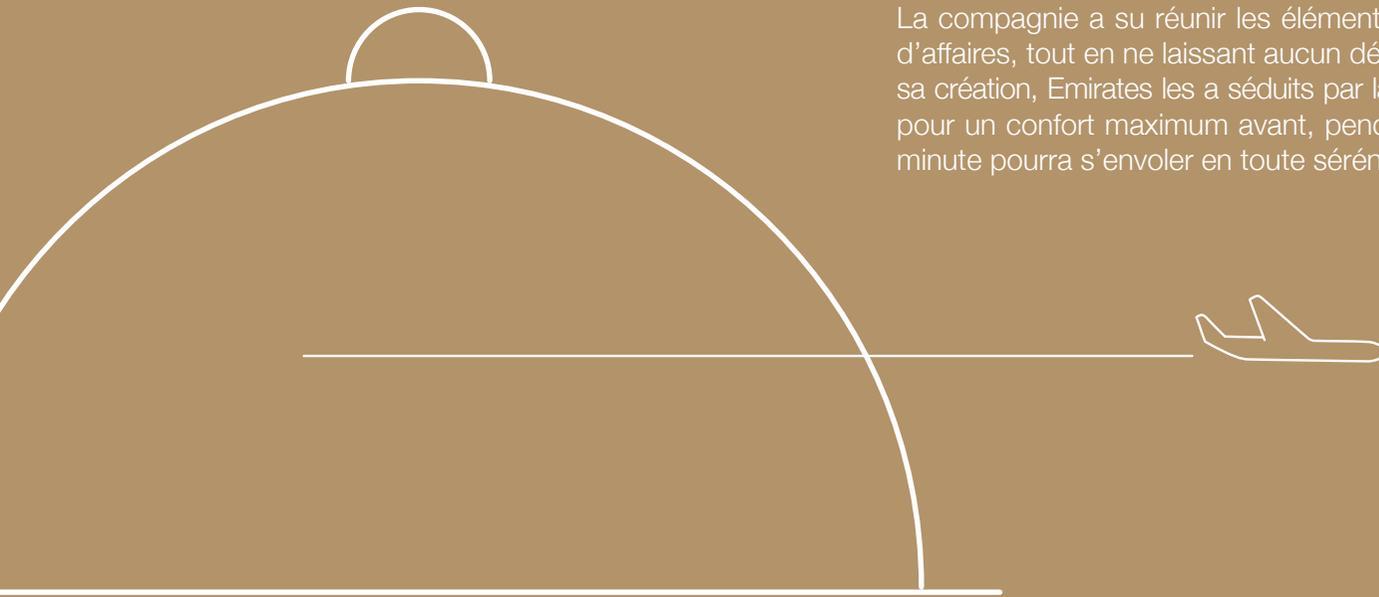
Le programme est simple et gratuit ; l'inscription peut se faire directement sur le site de la compagnie. Dans tous les cas, si le voyageur est membre Emirates Skywards, il cumule des Miles Skywards.

En parallèle, les voyageurs cumulent à travers leur programme de fidélité des Miles Skywards, convertibles en billets gratuits, surclassements, etc. Il est également possible de participer à un des nombreux événements où Emirates est sponsor : en France, la compagnie s'associe par exemple au football avec le Paris Saint-Germain, au tennis avec le tournoi de Roland-Garros ou encore à la Formule 1.



Emirates, des services haut de gamme tout au long du voyage

La compagnie a su réunir les éléments essentiels pour conquérir les attentes des voyageurs d'affaires, tout en ne laissant aucun détail au hasard. Primée à de nombreuses reprises depuis sa création, Emirates les a séduits par la qualité de sa flotte et l'ensemble des services proposés pour un confort maximum avant, pendant et après le voyage. Même le voyageur de dernière minute pourra s'envoler en toute sérénité.



En route pour Singapour en classe affaires ...



Là où ils ont tout compris, c'est avec les limousines. C'est un service exceptionnel. Le lounge bar est « très sympa » et permet de converser avec d'autres personnes, aussi bien avec le crew qu'avec les autres passagers. Le Dom Pérignon 2006 servi en first est très bon.

Alain Boschet
CEO, AKANI TECHNOLOGIES



8:25



► **DES LIMOUSINES PROPOSÉES DANS 70 ESCALES DANS LE MONDE**

Le service gratuit de limousine au départ et à l'arrivée (jusqu'à 4 transferts). En France ce service est disponible dans toute l'Île-de-France depuis et vers l'aéroport Charles de Gaulle, dans un rayon de 50km pour l'aéroport de Nice, et de 70 km pour l'aéroport de Lyon.

À l'étranger cette prestation est offerte dans plus de 70 villes. Cette expérience sans couture apporte de la sérénité au voyageur, tout en lui permettant de maximiser son temps de travail. Efficacité maximum... dans d'excellentes conditions !

► **UNE FLOTTE AÉRIENNE MODERNE ET ADAPTÉE AUX VOYAGES PROFESSIONNELS**



12:00

► **UN BAR LOUNGE CONVIVIAL PERMETTANT UNE RÉUNION DE TRAVAIL**

Plébiscité par les voyageurs d'affaires, le bar lounge offre un **grand espace de convivialité** et d'échange idéal pour se détendre, pour travailler en équipe ou enrichir son réseau professionnel. Emirates propose un large choix de cocktails, de vins raffinés... avec ou sans bulles !



16:00

► **DES RETRANSMISSIONS EN DIRECT D'ÉVÉNEMENTS SPORTIFS**



18:00

► **UNE CONFIGURATION 1-2-1 PERMETTANT TRAVAIL ET REPOS**

► **UN SALON À CDG DE GRANDE QUALITÉ : BUFFET, PRESSE, WI-FI, PCs À DISPOSITION**

L'accès au plus grand réseau de salons aéroportuaires indépendants, et la mise à disposition d'une passerelle pour accéder directement à l'avion, garantissent une expérience fluide tout au long du voyage. L'accès au salon est inclus pour les billets en classe affaires, mais **ce service est également proposé à Dubaï**

aux voyageurs de la classe économique dès le statut « Silver » du programme de fidélité Emirates. Quel que soit votre statut, quelle que soit votre classe de transport, de nombreux espaces sont à votre disposition pour vivre intensément votre connexion (coworking, gastronomie, repos...)



► **PLUS DE 160 NATIONALITÉS ET 60 LANGUES PARLÉES PAR LES ÉQUIPAGES À BORD**



► **UN WI-FI ACCESSIBLE EN ILLIMITÉ**

Quelle que soit la classe de transport, grâce à l'offre de **Wi-Fi à bord**, vos collaborateurs restent connectés et valorisent leur « temps utile ». La jeunesse de la flotte permet aux voyageurs de disposer d'une connectique complète (USB). En cas d'oubli, Emirates met également à disposition des accessoires (câbles, adaptateurs...).



► **DES ÉQUIPEMENTS INFORMATIQUES MIS À DISPOSITION**





Le voyageur affaires veut un service qui ne présente pas de surprise du début à l'arrivée, enregistrement à l'avance, passage privilégié au contrôle. Voyager Emirates lui enlève du stress.



Jean-Marie Pean

Chairman & Advisory Partner, Bain & Company Middle East



20H00

21H15



8H50



► LES SERVICES DISPONIBLES À DUBAÏ SONT PROPOSÉS À LA RÉSERVATION PENDANT LE VOL

Allier business et plaisir... Sans surcoût, le voyageur a carte blanche pour explorer Dubaï, ville multiculturelle et attrayante. Surprises, découvertes et soleil garanti ! La ville a été construite à la fois comme une destination et comme un véritable point de transit, où fluidité, régularité et sécurité sont les maîtres mots. Une destination bleisure idéale !!!

► DES ESPACES DE TRAVAIL, DES BOUTIQUES ET DES RESTAURANTS DE QUALITÉ AU TERMINAL DE DUBAÏ... AINSI QUE L'ACCÈS AUX SALONS ET LA POSSIBILITÉ DE PRENDRE UNE DOUCHE

► UN FAUTEUIL LARGE AGRÉMENTÉ D'UN SURMATELAS



► SYSTÈME ICE PRIMÉ N°1 DEPUIS 13 ANS

Accessible à tous, ICE (Information, communication Entertainment) a été désigné meilleur système de divertissement en vol au Monde pour la 13^{ème} année consécutive. Un vrai choix pour tous avec 3 500 chaînes de cinéma, d'émissions télévisées, de musique et de jeux à la demande, le tout dans plusieurs langues.

► DES CABINES EN RENOUVELLEMENT FRÉQUENT

« L'expérience en vol est le cœur de notre proposition de marque et de service. Les nouveaux intérieurs 777 font partie de l'investissement continu d'Emirates pour élever continuellement la barre et dépasser les attentes de nos clients. Partout dans l'avion, nos clients verront des cabines

modernes et aérées, avec une attention méticuleuse portée aux détails, avec des touches de design telles que les panneaux muraux et les plafonds texturés, les caractéristiques d'éclairage, et plus encore » a expliqué Sir Tim Clark, président d'Emirates.

► UN ACCÈS DIRECT POUR LE SECOND VOL SANS CONTRÔLES

► UNE RESTAURATION DE GRANDE QUALITÉ

Une cave à vins proposant les meilleurs crus du monde avec 86% des achats effectués en France. Emirates est le premier partenaire de Dom Perignon dans le monde.



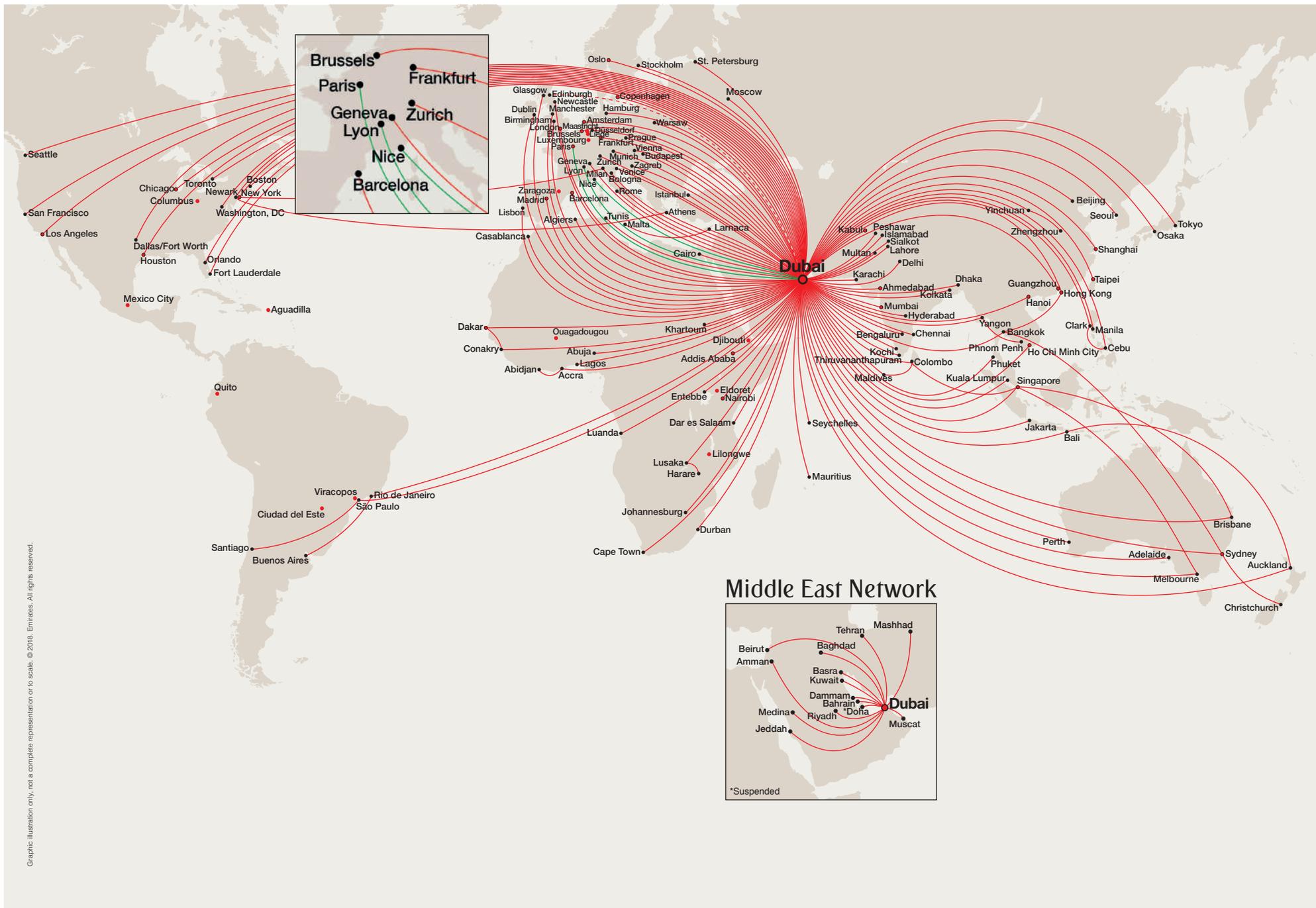
► LIMOUSINE

Arrivé à Singapour, je profite une nouvelle fois du service limousine, frais et disponible pour une journée optimisée de travail.





**Avec Emirates,
la France devient
le cœur du monde**



Graphic illustration only, not a complete representation or to scale. © 2016, Emirates. All rights reserved.

Le choix de l'excellence

Un réseau efficace

Une politique tarifaire « gagnant-gagnant »

Des services haut de gamme tout au long du voyage

Emirates met la France au cœur du monde

Toujours plus haut, toujours plus loin

Ouverture

Emirates fête ses 25 ans en France

Aujourd'hui la compagnie transporte 1,2 millions de passagers au départ de France vers 161 destinations avec 35 vols par semaine principalement vers Dubaï, l'Inde, Singapour, l'Australie et la Nouvelle-Zélande. Ces derniers la plébiscitent et l'ont d'ailleurs élue meilleure compagnie aérienne au monde en 2017.

La compagnie a très tôt, tout mis en œuvre pour connecter efficacement les voyageurs d'affaires au départ de France avec les destinations business phares du monde. Emirates a ainsi mis en place des rotations correspondant aux attentes de voyageurs

d'affaires au départ de France parmi lesquels 63% sont basés en Île de France, 11% dans la région Rhône-Alpes Auvergne et 6% dans la région Provence-Alpes-Côte d'Azur.

Aujourd'hui, Emirates propose une offre unique en France à destination de Dubaï. Ce sont ainsi 21 vols par semaine qui sont opérés au départ de Paris... et tous en A380. 1 vol quotidien est proposé au départ de Nice en A380 depuis le 1^{er} juillet 2017 et également au départ de Lyon en Boeing 777 depuis le 2 août 2018.



Les trois destinations desservies par Emirates en France soutiennent le développement économique des bassins parisien, lyonnais et niçois. Pour exemple, le trafic entre Nice et Dubaï a augmenté de 19% par an depuis 2009. Ainsi, Emirates réaffirme son rôle primordial auprès des grands groupes et des PME aussi bien à Paris qu'en région.

Près de
650 000

passagers ont été transportés en 2016

26 300

tonnes de fret ont été transportées entre Lyon et Dubaï en 2016



La compagnie Emirates a immédiatement été identifiée par les services commerciaux de l'aéroport de Lyon dans le cadre de la mise en place d'une ligne directe vers l'Asie. Aujourd'hui, Emirates est un partenaire privilégié pour développer l'import-export de la métropole lyonnaise. L'impact économique de la présence des lignes Emirates est estimé à 21 millions d'euros par vol et par an et l'impact social à plus de 350 nouveaux emplois par an. Enfin, l'impact touristique est également très important, l'office du tourisme ayant enregistré en 2016 une hausse de 35% de touristes japonais et de 26% pour les touristes australiens.



Emmanuel Imberton

Président de la CCI de Lyon Métropole

Continuer à accompagner le développement international entre la France et les Emirats Arabes Unis...

Au Moyen-Orient, la France est un partenaire économique de premier ordre avec plus de 600 (+10% par an) entreprises implantées à Dubaï. La majorité des grands groupes du CAC 40 installent leur siège régional à Dubaï.

Les EAU et la France ont pour objectif d'augmenter les volumes d'échanges de 50% sur les cinq prochaines années et de lancer des projets de développement conjoints (exemple : mémorandum d'entente signé en 2015 entre le Centre National d'Etudes Spatiales (CNES) et l'Agence Spatiale des Emirats Arabes Unis (UAESA)).

C'est dans cette logique qu'Emirates se propose d'accompagner les entreprises dans le développement des relations commerciales entre deux pays amis dans des secteurs tels que la défense et des activités liées au boom économique et touristique de Dubaï.

C'est une véritable économie vertueuse qui s'est mise en place autour de l'offre de transport d'Emirates au départ et à destination de la France avec 1,2 million de passagers et 43 000 tonnes de cargo qui sont transportés annuellement sur des vols Emirates depuis et vers la France.

...Et les investissements en France

Si les entreprises françaises investissent à Dubaï, la réciproque est vraie. La compagnie joue un rôle important dans le développement de l'économie française.

Ainsi, la valeur des commandes d'Airbus A380 par Emirates, s'élève à près de 70 milliards d'euros, la dernière étant de 36 appareils (plus de la moitié du programme A380 dans le monde). Ces commandes ont permis la création de 14 500 emplois français. Emplois auxquels il faut ajouter les 6 720 emplois directs et indirects générés par les opérations d'Emirates France.

Ce sont également 437 millions d'euros de dépenses annuelles en biens et services en France qui sont réalisées. Cela inclut des pneus Michelin, des sièges Sicma (Zodiac aerospace), des équipements avioniques Thales, le chargement du carburant, les coûts de survol, d'atterrissage et de manutention des avions, la restauration en vol, les coûts d'escale des équipages, les dépenses de fonctionnement ainsi que les contrats et activités de publicité et de sponsor.

En matière d'innovation, Emirates a récemment choisi Thales pour équiper ses nouveaux Boeing 777X avec le nouveau système de divertissement à bord qui permettra de personnaliser l'expérience passager.



Partir avec Emirates c'est naturel.

Didier Perrigault

Global Travel Manager, TOTAL



Emirates connecte les voyageurs au départ de France vers leurs destinations préférées



35 vols ✈️
passagers par semaine
(Paris 21, Nice 7 et Lyon 7)

1,2 million
de passagers transportés
chaque année depuis et vers
la France

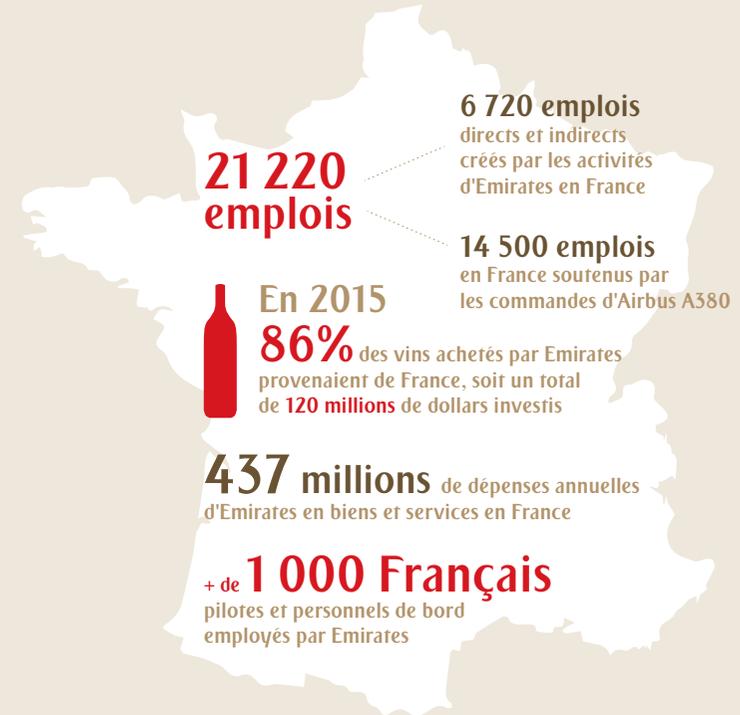
83% de taux
de remplissage moyen
sur les avions au départ
de France

43 000 tonnes
de fret transportées chaque
année de et vers la France

Un réseau global de
161 destinations
dans **86 pays**

**Élue meilleure
compagnie aérienne**
au monde par les voyageurs*

Emirates aime la France, sa culture, sa gastronomie



Un engagement continu en France depuis 25 ans



1992
ouverture de la ligne
Paris - Dubaï

1994
Ouverture de la ligne
Nice - Dubaï

2005
Emirates devient
sponsor officiel
du Paris Saint-Germain



2009
Arrivée de l'A380
Emirates en France

2012
Ouverture de
la ligne Lyon - Dubaï



2013
Emirates devient
partenaire officiel
de Roland Garros

2015
Emirates lance "TGV Air"
en partenariat avec
la SNCF, un billet unique
train-avion au départ de
19 villes françaises

2017
25^{ème} anniversaire
de la présence
d'Emirates en France

* Classement e-dreams 2016

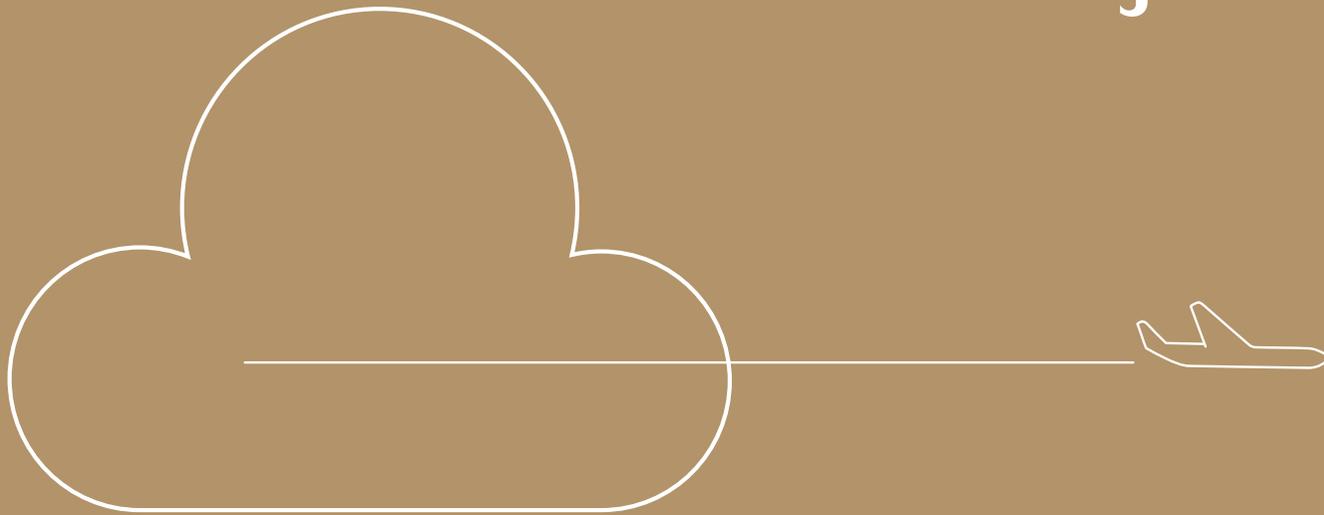


الإمارات Emirates

www.emirates.com

EXPO 2020 DUBAI UAE

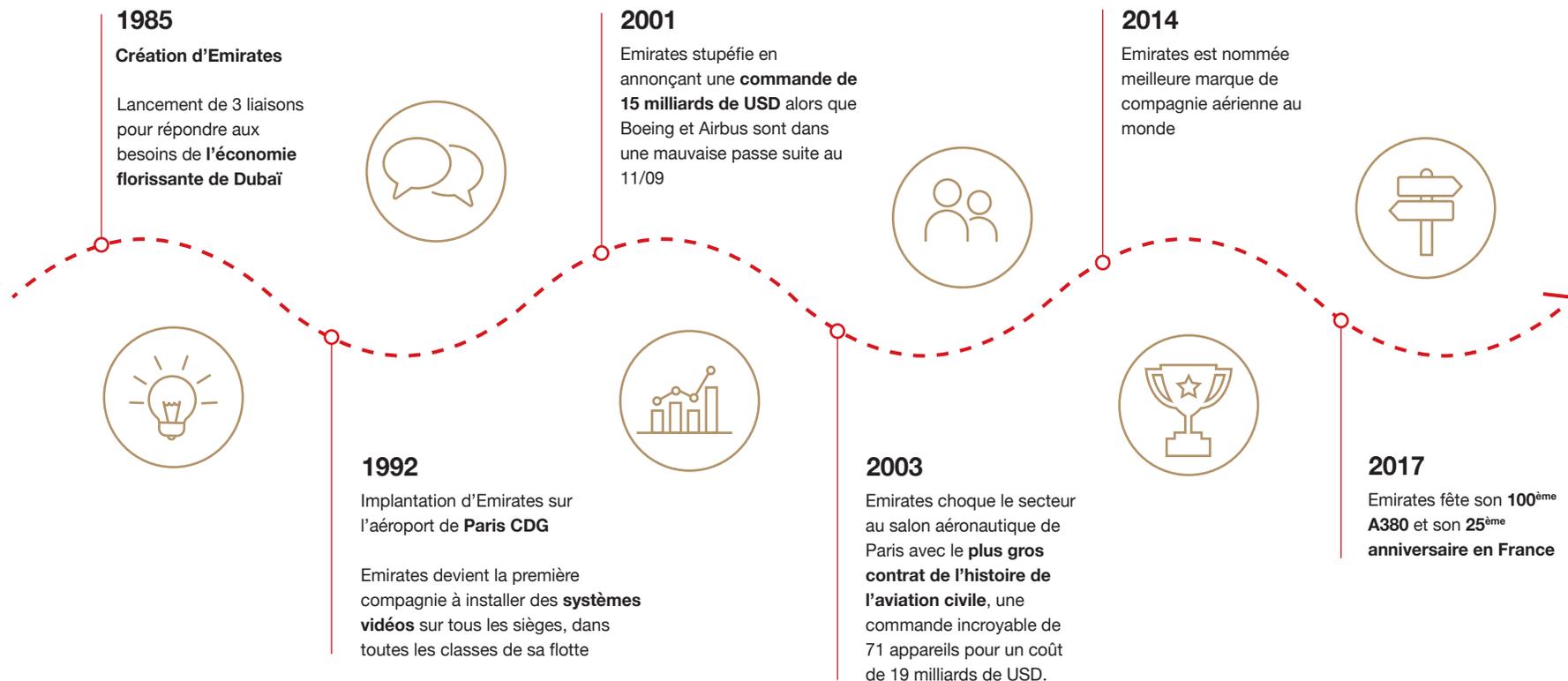
**Emirates,
Toujours plus haut,
toujours plus loin**



33 ans de succès et des chiffres qui s'envolent

Emirates connaît le succès depuis ses débuts avec 30 années consécutives de profit. L'entreprise a d'ailleurs réalisé un bénéfice de 762 millions de dollars (+124% versus N-1) et a fait voyager 58,5 millions de passagers.

75 000 employés œuvrent chaque année à faire voyager dans les meilleures conditions à travers le monde des millions de personnes. Le tout, grâce à 269 appareils dont 104 Airbus A380 qui volent depuis ou vers 161 destinations aujourd'hui



Une marque à forte valeur ajoutée

Emirates est aujourd'hui la compagnie aérienne ayant la marque de transport à plus forte valeur ajoutée, en étant notamment sponsor majeur d'événements culturels et sportifs diffusés aux quatre coins du monde ... poussés par un investissement de 250 millions de dollars pour la seule année 2017.

Football, tennis, golf, équitation, rugby, sport automobile, vélo, voile, football américain et australien, cricket, ... tous les sports sont valorisés. En France, la marque est sponsor du Paris Saint-Germain depuis 2005, de l'Open de France depuis 2010, de Roland Garros depuis 2013 et des tournois ATP depuis 2015.



Un modèle économique vertueux dans un écosystème favorable

L'entreprise dispose d'un top management aux commandes depuis l'origine (HH Cheikh Ahmed, Sir Tim Clark,...) avec un haut niveau d'exigence dans la gestion de l'entreprise et un fonctionnement « en mode privé ».

Elle se prévaut également d'une productivité du personnel avantageuse par rapport aux compagnies traditionnelles, tout en développant un modèle social viable. Le turnover est modéré chez Emirates depuis toujours.

Ce modèle repose avant tout sur une gestion très rigoureuse, en particulier de la flotte de façon stricte et vertueuse.

Emirates bénéficie, par ailleurs, de coûts d'exploitation compétitifs sur sa plateforme de Dubaï, de charges sociales elles aussi compétitives (12%) pour les entreprises et d'une fiscalité également avantageuse pour les employés. Les taxes et redevances d'aéroport intéressantes influent positivement sur le prix total du billet.

L'entreprise savoure aujourd'hui le résultat d'une stratégie payante qui s'est faite hors alliances, avec des prises de décision audacieuses (A380, timing des prises de commandes, etc.) et surtout le choix d'opérer sur un réseau quasi-exclusivement long-courrier.

Le développement repose également sur l'innovation qui a été mise au cœur du réacteur Emirates dès le départ. En effet, dans un contexte international ultra-compétitif mais aussi en pleine croissance, Emirates va plus loin et anticipe ces demandes en investissant massivement dans l'innovation via son innovation Lab.





Le travail, le sérieux, les choix économiques, la relation avec ses clients et l'audace d'Emirates sont régulièrement récompensés ; une reconnaissance qui enthousiasme et encourage les équipes à aller toujours plus haut et toujours plus loin !



Un modèle porté par un environnement business favorable



Depuis 40 ans, anticipant la fin des ressources pétrolières, l'émirat de Dubaï décide de reconverter son économie en réinvestissant les bénéfices de l'exploitation pétrolière et gazière dans un projet touristique global d'une ampleur jamais égalée. L'objectif étant de devenir un pôle d'attraction touristique et d'affaires de classe mondiale. L'état de Dubaï crée alors par ses investissements (centres d'affaires, centres commerciaux, activités touristiques) et le leadership de son gouvernement les conditions du succès avec une politique de développement aérien cohérente et coordonnée. En parallèle, elle investit aussi massivement dans des structures touristiques d'accueil, parcs d'attraction, salles de spectacles, congrès, etc.

Aidée par sa situation géographique idéale située à la fois au barycentre de la population mondiale, sur la route quasi naturelle de flux Europe/Asie, mais aussi au cœur des futurs flux d'avenir qui

se dessinent avec l'émergence de classes moyennes en Chine, Inde, Afrique, Amérique du Sud, etc. Dubaï devient ainsi un hub majeur pour les compagnies aériennes.

Résultat : Dubaï est devenue la 4ème destination la plus visitée au monde. Son aéroport est classé numéro 1 en nombre de passagers internationaux depuis 2014.

L'aventure ne fait que commencer : 2020 verra l'ouverture d'un nouvel aéroport d'une capacité 10 fois supérieure à l'aéroport international actuel avec 6 halls et 2 terminaux, Al Maktoum international Airport. Cet aéroport aura une capacité pouvant aller jusqu'à 200 millions de passagers. Important quand on sait que la même année devrait avoir lieu l'Expo 2020 à Dubaï avec des millions de visiteurs attendus.



Ouverture

À l'heure où les entreprises sont à la recherche de qualité pour leurs employés tout en ayant des prix attractifs pour minimiser leurs dépenses voyages, où les collaborateurs ont toujours besoin d'une offre qualitative et confortable lors de leurs déplacements professionnels avec la volonté de profiter du temps libre en voyage d'affaires (bleisure), **Emirates se positionne comme une alternative tout simplement très intéressante pour l'ensemble des parties prenantes et promet une efficacité renouvelée.**

Emirates France remercie chaleureusement les Grands Voyageurs, Travel Managers et Responsables Institutionnels pour leur collaboration dans le cadre de l'élaboration de ce Livre Blanc conçu et rédigé avec le concours d'EPSA et de Pepper Menthe Communication.

Contacts

Cédric Renard - Directeur des Ventes France
Pierre-Nicolas Moreau - Senior Business Development Executive

Alain BOSCHET CEO AKANIS TECHNOLOGIES
Romain BRIONNE Area Sales Manager REXEL DEVELOPPEMENT
Romain PIOCHE Area Sales Manager, Asia & Middle-East TIAMA
Arnaud DESPONTIN SVP Sales Marketing and Operations IDEMIA
Jean-Marie PEAN Chairman & Advisory Partner BAIN & COMPANY MIDDLE EAST
Thomas VIERLING Internal Audit Director PUBLICIS GROUP
Jérôme BONNEPART Travel Manager ARKEMA
Didier PERRIGAULT Global Travel Manager TOTAL
Emmanuel IMBERTON Président CCI LYON METROPOLE
Laurence HAINAULT Managing Director, Head of EMEA Telecoms CREDIT SUISSE
Luc MARCHE Travel Manager NAVAL GROUP

ÉTUDE RÉALISÉE PAR

