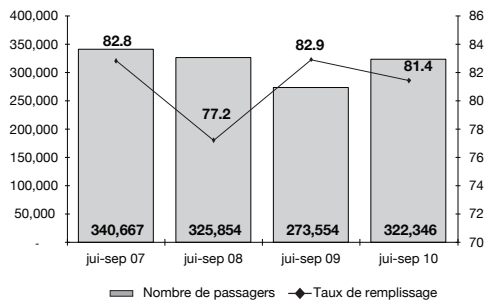


Exercice financier 2010-2011
 Résultats du 2ème trimestre
 1er juillet au 30 septembre 2010

**Air Mauritius enregistre une nette amélioration de ses résultats
 Profits de 4,8 millions d'euros au deuxième trimestre**

Taux de remplissage



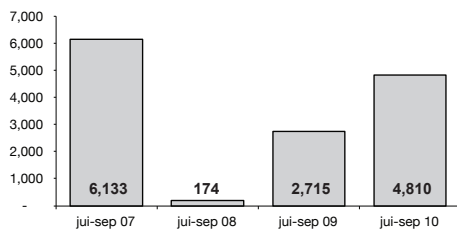
Une économie mondiale en convalescence

Le transport aérien et le tourisme, deux secteurs très affectés par la crise économique mondiale, et dont les effets se sont fait sentir au cours du premier trimestre (avril-juin) de l'exercice financier de la compagnie, ont donné des premiers signes de reprise au cours du deuxième trimestre (juillet-septembre). Les pays émergents, en particulier, affichent toujours une meilleure santé économique, alors que perdurent les incertitudes quant à la reprise économique dans la zone euro, avec des différences marquées à l'intérieur du vieux continent.

Cette amélioration du contexte économique mondial laisse augurer une reprise progressive dans les secteurs du tourisme et de l'aérien. L'industrie du transport aérien s'achemine ainsi graduellement vers le niveau de trafic précédant la crise. L'IATA révisé d'ailleurs ses prévisions de profits pour le secteur de 2,5 milliards USD à 8,9 milliards USD pour 2010.

A Maurice, si les arrivées touristiques sont en croissance, celle-ci se fait au prix d'une dégradation de la recette unitaire dans un contexte de concurrence acharnée entre les grandes destinations mondiales. Ce phénomène pèse également sur Air Mauritius, premier partenaire du tourisme de l'île.

Résultat net (Eur'000)



Très nette amélioration du résultat au deuxième trimestre

Air Mauritius tire le meilleur parti du redémarrage économique au deuxième trimestre de son exercice, avec un résultat net positif de 4,8 millions d'euros, en augmentation de 77% par rapport à l'année précédente - le résultat opérationnel (hors hedge carburant) étant bénéficiaire de 7,5 millions d'euros. La compagnie atteint cette performance malgré un alourdissement de 6,5 millions d'euros de sa facture carburant, sous l'effet combiné de l'augmentation du prix et de la dépréciation de l'euro.

Cette amélioration sensible du résultat net de la compagnie est notamment à mettre au crédit de son dynamisme commercial, avec un bond de 17,8% du nombre de passagers, et de sa politique d'optimisation de la flotte, avec un taux de remplissage élevé à 81,4%.

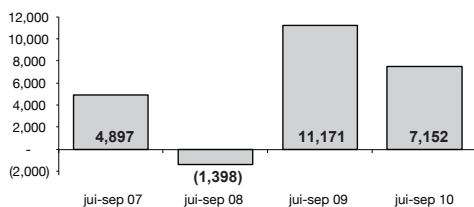
Un redressement progressif du résultat semestriel

Pour l'ensemble du premier semestre de l'exercice (avril-septembre), le résultat net de la compagnie reste affecté par les difficultés du premier trimestre.

Avec un résultat net négatif de 6,8 millions d'euros, Air Mauritius redresse cependant très sensiblement ses comptes par rapport au même semestre de l'année dernière (-10,5 millions d'euros). La compagnie enregistre toutefois, sur la période, un résultat opérationnel bénéficiaire de 1,6 millions d'euros.

La compagnie se retrouve presque au même niveau de trafic précédant la crise, avec une augmentation de 17,4% du nombre de passagers et de 25,9% du trafic fret sur l'ensemble du semestre.

Résultat net hors hedge carburant (Eur'000)



Perspectives pour le second semestre

Le redressement du premier semestre, et surtout les performances du deuxième trimestre de l'exercice, confortent Air Mauritius dans ses choix stratégiques, dont les comptes n'ont été affectés sur la période que par des facteurs exogènes : prix du carburant, volatilité des changes, crise des cendres volcaniques...

Les incertitudes persistantes sur la sortie de crise en Europe incitent la compagnie à rester vigilante, la destination Maurice restant largement tributaire du marché européen. Le choix d'un déploiement de notre capacité additionnelle cette année en priorité sur les marchés hors Europe répond à cet enjeu en stimulant les marchés des pays riverains de l'Océan Indien et d'Asie. Après une basse saison honorable, la compagnie aborde la période de pointe avec des engagements encourageants pour le troisième trimestre, ce qui devrait permettre de maintenir des résultats positifs conformes aux prévisions. La vigilance exercée depuis le début de la crise, une confiance renouvelée et une nouvelle dimension à son offre et son service client sont désormais les forces motrices d'un regain d'optimisme pour le reste de l'exercice.

11 novembre 2010