

RESULTATS DU TRAFIC AERIEN COMMERCIAL INTERNATIONAL

Aéroport de Tahiti-Faa'a
Novembre 2004

Nota : Ce panorama est destiné à donner un aperçu de l'évolution des résultats des différentes compagnies desservant la plate-forme de Tahiti-Faa'a par rapport à la même période de l'année précédente.

COMPAGNIE		Novembre 2004	Novembre 2003	Variation 2004/2003
AIR TAHITI NUI	Nombre de PAX :	26 593	26 853	-1,0%
	PAX+TRANSIT (A+D) :	28 689	29 259	-1,9%
	Coefficient Moyen de Remplissage (CMR) :	66,8%	69,6%	
	<i>3 dessertes hebdomadaires sur Auckland depuis le 1er novembre 2003. Passage de 6 à 5 dessertes hebdomadaires sur Paris-CDG depuis le 6 septembre 2004. Passage de 7 à 6 dessertes hebdomadaires sur Los Angeles depuis le 6 septembre 2004. 3 rotations supplémentaires sur Los Angeles les 3, 4 et 23 novembre 2004.</i>			
AIR FRANCE	Nombre de PAX :	7 614	8 259	-7,8%
	PAX+TRANSIT (A+D) :	7 614	8 259	-7,8%
	Coefficient Moyen de Remplissage (CMR) :	74,4%	80,7%	
AIR NEW ZEALAND	Nombre de PAX :	6 919	7 926	-12,7%
	PAX+TRANSIT (A+D) :	11 027	13 474	-18,2%
	Coefficient Moyen de Remplissage (CMR) :	62,4%	66,1%	
	<i>Réorganisation des dessertes avec la suppression de la rotation Los Angeles/Papeete/Auckland et passage de 1 à 3 fréquences hebdomadaires directes Auckland/Papeete depuis le 01 novembre 2004.</i>			
LAN AIRLINES	Nombre de PAX :	2 576	1 683	53,1%
	PAX+TRANSIT (A+D) :	2 576	1 683	53,1%
	Coefficient Moyen de Remplissage (CMR) :	63,4%	49,6%	
HAWAIIAN AIRLINES	Nombre de PAX :	1 560	1 863	-16,3%
	PAX+TRANSIT (A+D) :	1 560	1 863	-16,3%
	Coefficient Moyen de Remplissage (CMR) :	74,4%	73,2%	
	<i>Comparaison non significative du fait que 8 mouvements ont été réalisés en novembre 2004 contre 10 mouvements en novembre 2003.</i>			
AIR CALEDONIE INTERNATIONAL	Nombre de PAX :	1 360	1 909	-28,8%
	PAX+TRANSIT (A+D) :	1 360	1 909	-28,8%
	Coefficient Moyen de Remplissage (CMR) :	62,7%	70,4%	
	<i>Comparaison non significative du fait que 8 mouvements ont été réalisés en novembre 2004 contre 10 mouvements en novembre 2003.</i>			