



**Economy et  
Premium Economy,  
la montée en gamme  
pour tous et pour chacun**

Septembre 2013





Confort, attention et plaisir. Trois convictions, trois priorités qui guident Air France dans sa conquête commerciale et sa dynamique de montée en gamme «Best & Beyond». Un seul objectif : proposer le meilleur produit du marché et faire la différence par le service.

Premier chapitre de la montée en gamme pour chacun de ses clients, Air France dévoile sa nouvelle offre en classes Economy et Premium Economy. Suivront en 2014 les nouvelles offres Business et La Première. Premier vol avec les nouvelles cabines Air France : été 2014.

### Plus de confort, plus d'attention, plus de plaisir

En Economy, un nouveau siège entièrement revu : plus d'espace pour les jambes, de nouvelles mousses d'assise, des têtes plus moelleuses, une tablette agrandie, toute l'ergonomie a été retravaillée pour offrir un confort optimal. De nouvelles fonctionnalités apparaissent également : prise électrique, accroche-casque, etc.

En Premium Economy, des assises plus confortables et un repose-pied multi-positions viennent encore améliorer cette cabine de voyage lancée en 2009 et plébiscitée par nos clients.

Côté divertissement, choisir son programme n'a jamais été aussi facile et intuitif. De larges écrans tactiles avec image Haute Définition sont désormais proposés à chacun, offrant plus de 1 000 heures de musique, films, séries TV et bien d'autres programmes disponibles à la demande.

L'offre de restauration monte aussi en gamme : seconde prestation chaude et nouveaux moments gourmands (confiseries, glaces) rendent le voyage toujours plus agréable.

Disponible à bord depuis le 1<sup>er</sup> septembre 2013, cette nouvelle offre de restauration est présentée dans une vaisselle éco-conçue et dessinée par le designer catalan Eugeni Quitllet.

Les familles, et plus particulièrement les enfants, sont au cœur des attentions d'Air France. Produits issus de l'agriculture biologique adaptés aux goûts des bébés et jeunes voyageurs, nouvelle vaisselle, nouveaux jeux (couverts en forme d'avion, insignes de pilote et coloriages) participent à faire du voyage un véritable moment de plaisir.

Pour construire cette nouvelle offre, Air France a travaillé en étroite collaboration avec plus de 3 500 clients, hôtesses et stewards.

### A suivre

Dès l'été 2014, Air France équipera progressivement 44 Boeing 777 de sa flotte long-courrier avec ces nouveaux sièges et systèmes de divertissement à bord. En janvier 2014, la Compagnie révélera sa future offre Business. En avril 2014, c'est l'ensemble du projet Best & Beyond qui sera dévoilé autour de la nouvelle cabine La Première.

### Best & Beyond, l'ambition long-courrier d'Air France

«Best & Beyond est un projet emblématique de Transform 2015 avec un investissement de plus de 500 millions d'euros dans les nouveaux produits proposés par la Compagnie. Son ambition : nous placer au meilleur niveau en matière de produits et faire la différence par une relation attentionnée avec nos clients.» a déclaré Bruno Matheu, Directeur général délégué, Activité Passage Long-courrier d'Air France.

«Pour appuyer cette montée en gamme, une nouvelle organisation commerciale plus simple, plus réactive est en place depuis juillet 2013. Ces nouveaux produits et services constitueront des atouts concurrentiels majeurs dans notre conquête commerciale.» a précisé Patrick Alexandre, Directeur général adjoint Commercial Passage d'Air France-KLM.

*L'ambition de la Compagnie : que chaque client  
puisse voyager dans un confort optimal.*



*Ce nouveau siège Economy long-courrier offre  
la preuve concrète de la montée en gamme  
d'Air France pour chacun de ses clients.*

## Nouveau siège Economy, le confort optimal pour chacun

Air France lance sa dynamique de montée en gamme en dévoilant son nouveau siège Economy. Installé prochainement à bord de ses avions long-courriers, il offre plus d'espace ainsi que de nouvelles fonctionnalités. L'ambition de la Compagnie : que chaque client puisse voyager dans un confort optimal.

Pour créer ce siège, Air France a consulté ses clients pour offrir un produit répondant à leurs attentes et a travaillé avec des ergonomes.

Avec ce premier changement majeur depuis dix ans, ce nouveau siège Economy long-courrier offre la preuve concrète de la montée en gamme d'Air France pour chacun de ses clients.

### Le nouveau siège Economy long-courrier d'Air France en chiffres

Près de 10 000 sièges installés dans 44 avions long-courriers entre juin 2014 et juillet 2016.



*De larges têtes moelleuses, réglables en hauteur et ajustables sur les côtés.*



*Le siège Premium Economy propose 40% d'espace supplémentaire par rapport à la cabine Economy.*





« Nos clients bénéficient désormais d'espace en plus pour leurs jambes »

Ce nouveau siège au design contemporain offre plus d'espace pour les jambes grâce au travail sur son design et son ergonomie. Pour plus de confort, Air France a travaillé sur l'assise et le dossier et propose de nouvelles mousses. De larges têtes moelleuses, réglables en hauteur et ajustables sur les côtés, s'adaptent à chacun. Les accoudoirs sont entièrement relevables et se fondent avec le dossier du fauteuil, facilitant l'accès au siège et favorisant le repos, notamment pour les parents voyageant avec leurs enfants.

« La tablette personnelle est plus grande et les rangements plus pratiques »

La tablette personnelle a été agrandie, offrant la possibilité de se restaurer ou de travailler de façon plus confortable. Une fois la tablette fermée, un porte-gobelet apporte une fonctionnalité utile pendant le voyage. Au-dessus de l'écran individuel de dernière génération, un accroche-casque permet d'organiser l'espace. Pour compléter ces aménagements, une large pochette avec deux rangements complémentaires permet à chacun de ranger ses livres et ses magazines de façon pratique.

« Nos clients peuvent recharger facilement leurs appareils personnels à bord »

Pour recharger les appareils électroniques personnels des clients comme leur ordinateur portable ou leur tablette, des prises électriques sont proposées : deux prises sont désormais installées à chaque rangée de trois sièges\* en complément du port USB qui permet de recharger facilement son téléphone portable.

« Sur chaque siège, un coussin au design original souligne les couleurs de la Compagnie »

Dès leur arrivée à bord, les clients profitent d'une cabine lumineuse, sobre et élégante. Chaque siège affiche les couleurs de la Compagnie de façon discrète grâce à de fines surpiqûres rouges. Par ailleurs, de nouveaux coussins au design original viennent souligner l'harmonie de la cabine et apportent une touche contemporaine. Ces coussins, installés de façon aléatoire sur tous les sièges, sont à la disposition de chacun pour favoriser la détente et le repos. Couverture en polaire, casque-audio, serviette rafraîchissante et masque participent également au bien-être des clients.

\* A l'exception du premier rang de la cabine, où une prise électrique est installée pour chaque siège.

## Premium Economy, du confort et des services en plus

La cabine Premium Economy offre depuis 2009 une nouvelle manière de voyager plus confortablement et de façon économique, que ce soit pour des raisons professionnelles ou personnelles, dans un espace préservé. Le siège propose 40% d'espace supplémentaire par rapport à la cabine Economy et a séduit près de 2,5 millions de clients depuis son lancement.

Air France continue à améliorer son confort en proposant, entre autres, de nouvelles assises plus moelleuses, un nouvel écran HD et un repose-pied doté de multiples positions, permettant à chacun de l'adapter selon ses envies.

**Le siège Premium Economy long-courrier d'Air France en chiffres**

Plus de 1 100 sièges modifiés et installés dans 44 avions long-courriers entre juin 2014 et juillet 2016.



*En Economy et Premium Economy, chaque client dispose d'un écran tactile proposant une image Haute Définition.*





## Choisir son programme de divertissement n'a jamais été aussi facile et intuitif

En Economy et Premium Economy, chaque client dispose d'un écran tactile proposant une image Haute Définition.

L'écran de dernière génération est nettement agrandi : 12 pouces (30,5 cm) en Premium Economy - contre 10 précédemment, 9 pouces (22,9 cm) en Economy - contre 6 à 8 précédemment. Il offre une expérience de navigation inédite à bord, à l'image d'une navigation sur tablette. Grâce à une interface graphique totalement revue, choisir son programme de divertissement n'a jamais été aussi facile et intuitif. L'interface de navigation est proposée en douze langues dont le chinois ou l'arabe.

Ce nouvel équipement sera disponible à compter de l'été 2014 sur les 44 appareils progressivement équipés.

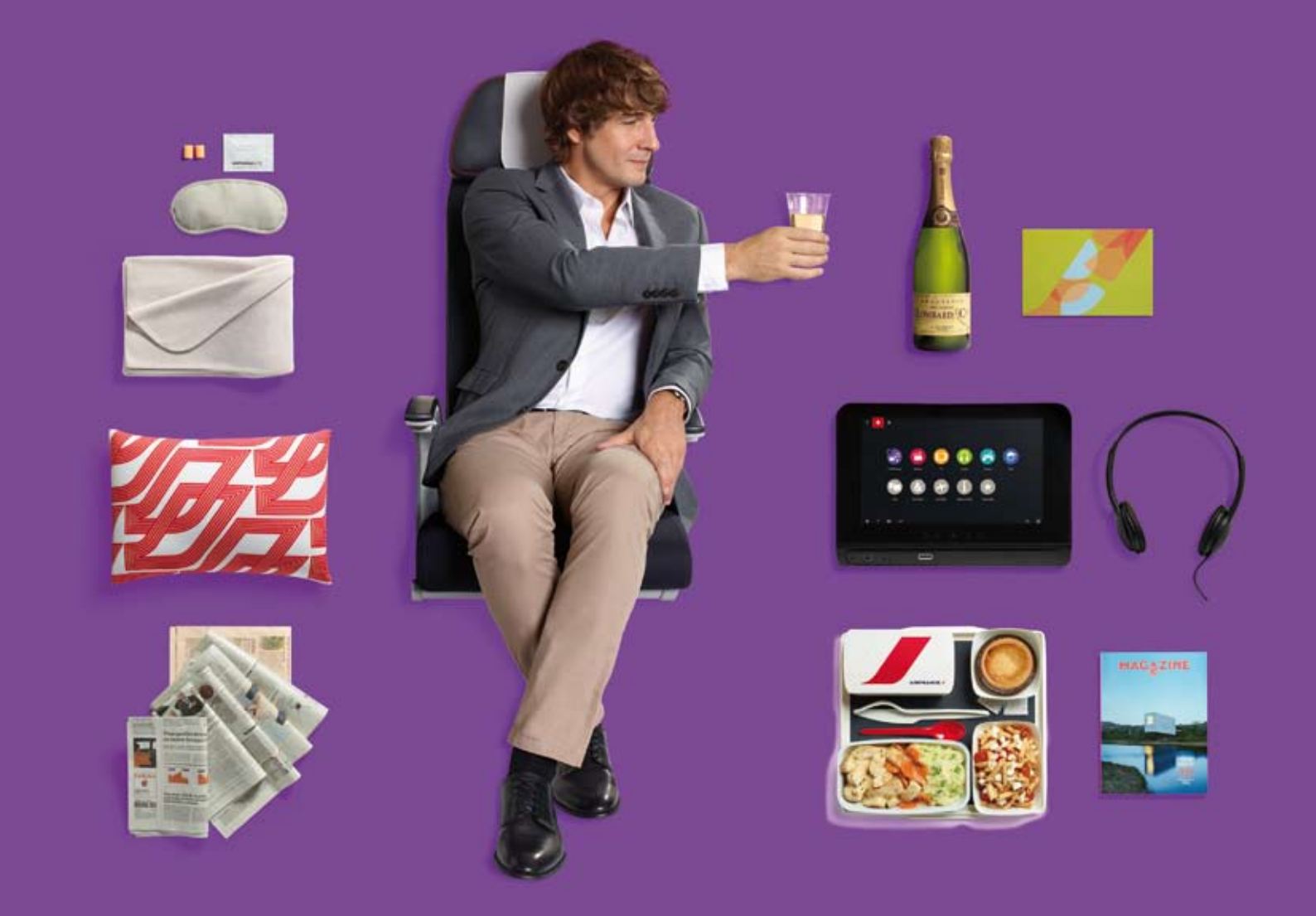
« Pour nos clients, plus de 1 000 heures de programmation à la demande »

Cinéma, jeux, musique, séries TV et bien d'autres programmes font du voyage un véritable moment de plaisir. Avec plus de 1 000 heures de programmation à la demande, le contenu de ce nouveau système de divertissement est largement enrichi. Les clients peuvent notamment bénéficier d'une sélection 'Cinéma du monde' (films en version originale chinoise, japonaise, coréenne, indienne, etc). Chaque mois, la Compagnie renouvelle son offre de divertissement. Une attention particulière est portée aux enfants, qui bénéficient d'une sélection spécialement conçue pour eux.

En-dessous de chaque écran, un port USB permet de recharger facilement un téléphone portable. Il offre également la possibilité de profiter de ses photos, écouter sa musique personnelle ou encore lire ses propres documents pdf.

**Profitez de votre film dès votre arrivée à bord**

Depuis l'automne, Air France offre la possibilité aux passagers de profiter de leur film, ainsi que de l'ensemble des distractions à bord, dès leur embarquement et jusqu'à l'arrivée du vol à l'aéroport de destination. Ainsi, les clients bénéficient en moyenne d'une heure de divertissement supplémentaire indépendamment du décollage, de l'atterrissage et du roulage de l'appareil.



## A bord, une offre de restauration entièrement revue et adaptée à chacun

Depuis le 1<sup>er</sup> septembre 2013, Air France propose en Economy et Premium Economy une nouvelle offre de restauration\* : des repas adaptés à chaque client et une vaisselle présentant un nouveau design viennent entre autres agrémenter ce moment privilégié du voyage.

A travers de nombreux vols d'essai, ces plateaux et les éléments les composant ont été testés auprès de 2 500 clients ainsi que près de 1 000 hôtesses et stewards. Tous ont contribué à finaliser ce produit pour qu'il réponde aujourd'hui à leurs attentes.

### Une offre de restauration gourmande

Sur les vols long-courriers, Air France propose une offre de restauration alliant gastronomie, équilibre et originalité. Dès l'apéritif, champagne, vin, jus de fruit et de nombreuses autres boissons (avec ou sans alcool) sont proposés à tous les passagers, accompagnés de biscuits salés.

Un choix entre deux plats chauds est ensuite offert. Les clients peuvent ainsi déguster de nombreuses créations culinaires variant selon les mois et les destinations de la Compagnie. En septembre 2013, fricassée de poulet à la crème, raviolis aux fromages ou sauté de porc à la sichuanaise sont autant de saveurs du monde riches et variées conçues pour ravir les voyageurs.

Cette prestation principale est accompagnée d'une « boîte fraîcheur » aux couleurs d'Air France qui permet d'intégrer au plateau de manière élégante fruit, fromage et beurre. Entrée, dessert et offre de pain viennent compléter ce plateau qui propose un véritable repas complet. Il est ensuite agrémenté de café, thé et d'un digestif, proposés par le personnel de bord.

Les passagers suivant un régime particulier peuvent commander un repas spécial lors de leur réservation – repas végétarien, à faible teneur en sel, sans allergènes, etc.

### Dès 8h30 de vols, une seconde prestation chaude

Une seconde prestation chaude est désormais proposée sur les vols de plus de 8h30. Ce mois-ci, un wrap aux légumes ou une pizza sont ainsi proposés selon les destinations. Sur les vols de plus de 10h30, des glaces sont également offertes à tous les clients, un nouveau moment gourmand pendant le voyage.

\* Offre disponible sur la quasi-totalité des vols long-courriers et partiellement disponible sur les vols à destination de Bangkok, Cancun, Montréal, les Caraïbes et l'Océan Indien.



*Offert en fin de repas, ce cône gourmand constitue un souvenir de voyage inédit en Premium Economy.*



*Premium Economy, un service de table élégant et raffiné.*



### Eugeni Quitllet invite le design à bord



Eugeni Quitllet a imaginé pour Air France une nouvelle vaisselle, aux lignes épurées alliant esthétique et ergonomie. Elève de Philippe Starck, ce designer catalan a conçu une gamme contemporaine où, sur le plateau, des touches de rouge habillent la vaisselle et sont autant de clins d'œil aux couleurs de la Compagnie.

En Premium Economy, verre, couverts et serviette intissée (entre le tissu et le papier) offrent un service de table élégant et raffiné.

En cabine Premium Economy, Eugeni Quitllet a imaginé pour la Compagnie un cône, siglé aux couleurs d'Air France, renfermant douceurs sucrées et oshibori. Offert en fin de repas, il constitue un souvenir de voyage inédit. Emportez-le chez vous !

Eugeni Quitllet est un designer catalan originaire d'Ibiza, né en avril 1972. Après des études de design à l'Ecole d'Art d'Ibiza, il rencontre Philippe Starck et commence une collaboration pour différentes marques telles que le fabricant français IPI, avec lequel Eugeni s'est associé pour créer la nouvelle vaisselle d'Air France.

### Une vaisselle éco-conçue

Air France s'est engagée dans l'éco-conception afin de mieux maîtriser l'impact de ses produits et services sur l'environnement. Cette démarche, aujourd'hui développée sur la vaisselle entièrement éco-conçue et le plateau, a permis de réduire d'un tiers le poids des matériaux et les émissions de CO<sub>2</sub> associées.

Plus largement, les impacts environnementaux ont été diminués sur l'ensemble du cycle de vie du plateau-repas, de la fabrication jusqu'à sa fin de vie. Pour les 14 millions de plateaux servis à bord chaque année, Air France réduit ainsi ses émissions de CO<sub>2</sub> de 2 742 tonnes, soit l'équivalent de 2 565 vols aller-retour Paris-New-York (calculé par client).





### La relation attentionnée

La montée en gamme porte aussi sur la qualité de la relation avec les clients. De l'enregistrement jusqu'à la fin du voyage, en passant par l'offre des prestations, tout est mis en œuvre pour que chaque client passe un moment privilégié à bord d'un vol Air France. La Compagnie a choisi de s'appuyer sur le talent de ses collaborateurs au travers de cinq attitudes de service. Au total, 19 000 salariés seront formés en 2013. Demain, ce sera toute l'entreprise.

Ces cinq attitudes sont :

- Personnaliser ;
- Valoriser ;
- Porter attention ;
- Avoir le sens du détail ;
- Oser.



## Des repas « bio » et des jeux pour les enfants

Les petits voyageurs sont au cœur de toutes les attentions d'Air France. Moment privilégié du voyage, le repas est l'occasion pour la Compagnie de les gâter grâce à de nouveaux produits spécialement conçus pour eux.

- Des couverts ludiques, une vaisselle colorée et des produits « bio »

Pour les enfants, Eugeni Quitllet a imaginé une vaisselle moderne et colorée. Le plateau soigneusement organisé comprend des couverts ludiques en forme d'avion et une « boîte fraîcheur » renfermant confiture, barre chocolatée, jus d'orange et beurre. Au menu, Air France propose jusqu'à trois produits issus de l'agriculture biologique (certification française et européenne) adaptés aux goûts des bébés et jeunes enfants.

Les petits passagers sont plus que jamais privilégiés et sont servis avant tous les autres voyageurs. Ainsi, les parents peuvent à leur tour déguster leur repas en toute tranquillité.

- Doudous, bracelets et coloriages pour ravir petits et grands

Côté distraction, de nouvelles trousse de jeux (coloriage, bracelet, insigne de pilote, ...) spécialement conçues pour le plaisir des enfants, sont offertes. De nouveaux jeux sont également distribués pour les 5-8 ans et les 9-12 ans (cartes postales, étuis passeport, ...). L'ensemble de ces distractions sont régulièrement renouvelées pour le plus grand plaisir des jeunes voyageurs. Pour les tout-petits, Air France met à disposition de leurs parents des bavoirs et des doudous pendant le voyage.

Pour accompagner ces produits et services, l'ensemble des personnels d'Air France, à bord, comme à l'aéroport, sont formés par la Compagnie aux attentes et besoins des enfants. Tous portent une attention constante et particulière à chaque petit voyageur pour lui permettre de vivre une parenthèse de jeux et de détente inoubliable.

## Les enfants à bord des vols Air France

- . 2,7 millions d'enfants sont transportés chaque année à bord ;
- . 365 000 enfants par an voyagent seuls sur les lignes de la Compagnie ;
- . 490 000 bébés parcourent le ciel avec Air France chaque année.





## Chiffres clés

- 500 millions d'euros d'investissement dont 130 millions d'euros dans un nouveau système de divertissement à bord.
- Près de 10 000 sièges Economy installés dans 44 avions long-courriers entre juin 2014 et juillet 2016 (25 Boeing 777-200 et 19 Boeing 777-300).
- Plus de 1 100 sièges Premium Economy modifiés et installés dans 44 avions long-courriers entre juin 2014 et juillet 2016.
- Plus d'espace pour les jambes et jusqu'à 1 pouce (2,5 cm) de plus au niveau des genoux .
- Un écran de 9 pouces (22,9 cm) en Economy.
- Un écran de 12 pouces (30,5 cm) en Premium Economy.
- 14 millions de plateaux-repas servis par an (Economy et Premium Economy).
- Pour construire cette nouvelle offre, Air France a travaillé en étroite collaboration avec plus de 3 500 clients, hôtesses et stewards.
- Le réseau long-courrier d'Air France :
  - . 405 destinations dans le monde entier grâce à des partenariats stratégiques.
  - . Près de 80 destinations opérées en moyens propres dans 52 pays.
  - . Près de 15 millions de clients transportés sur les lignes long-courriers.
  - . 2/3 du chiffre d'affaires de l'activité passage d'Air France.
  - . 19 300 salariés.

