

L'offre Affaires d'Air France



<http://corporate.airfrance.com>

Entre exigence et attentions, l'offre Affaires d'Air France ne cesse d'évoluer pour proposer à ses clients le meilleur de l'art de vivre à la française. Des aménagements cabine aux repas servis à bord, la Compagnie poursuit ses initiatives pour offrir un service toujours plus raffiné, alliant modernité et confort.

Un an après le lancement de son nouveau siège Affaires, désormais disponible sur plus de 25 destinations et plébiscité par 90% de sa clientèle, Air France continue à enrichir son offre Affaires. En 2012, le nouveau fauteuil Affaires équipera les deux tiers de la flotte long-courrier d'Air France.

En dotant sa carte de plats signés par de grands Chefs, en proposant des menus, des arts de la table et des trousseaux de confort plus contemporains et régulièrement renouvelés, Air France compte surprendre sa clientèle et conforter son rôle d'ambassadeur de la gastronomie et du savoir-vivre à la française.

Air France va plus loin dans sa démarche de personnalisation du voyage, et met l'accent sur les attentions portées aux passagers jusque dans les moindres détails. A travers les mots, les gestes et les égards, c'est tout un art de vivre qui s'exprime pour que chaque client garde de son voyage le souvenir d'un instant privilégié.

Air France entend rester une référence en la matière et développer ainsi un lien encore plus personnel avec ses clients.



La gastronomie au cœur d'une offre en perpétuel renouvellement

Repos, détente, gain de temps à chaque étape du voyage : depuis la réservation jusqu'à la livraison des bagages, l'Affaires propose une expérience de voyage privilégiée à sa clientèle, qu'elle voyage à titre professionnel ou personnel.

Moment fort du voyage, le repas associe la convivialité au raffinement. Air France incarne un certain art du voyage et convie sa clientèle Affaires à une expérience gastronomique subtile et originale à bord de ses avions.

Des repas signés par des Chefs d'exception

- Depuis le 1^{er} décembre 2011, Air France convie ses clients à une expérience culinaire inédite en cabine Affaires et propose des **plats signés par de grands Chefs français** sur les menus des vols long-courriers au départ de Paris.

Tous les six mois, ces chefs vont se relayer pour proposer leurs créations parmi les quatre plats principaux de la carte. Elles seront renouvelées **tous les dix jours** pour que le plaisir des voyageurs fréquents reste intact.

Pour inaugurer cette collaboration, **Joël Robuchon** signe pour la cabine Affaires d'Air France des plats savoureux fidèles à son esprit du « sublimement simple », en privilégiant qualité des produits et simplicité.

- Cette prestation de grands Chefs, emblématique du meilleur de la gastronomie française, procure aux passagers le plaisir d'un véritable repas alliant saveurs, fraîcheur et découverte. La cuisine, raffinée et originale, est élaborée par les chefs de Servair. Les vins sont sélectionnés par Olivier Poussier, meilleur sommelier du monde.

Quasi de veau et spaghettis de courgettes à l'huile d'olive



Champagne sélectionné par Olivier Poussier



Crevettes basquaises et pâtes au curcuma parfumées à la citronnelle, signé Joël Robuchon



Bien-être et bien manger

Un verre de champagne ou de jus de fruit est offert en guise d'accueil à bord.

Après le décollage, le personnel de bord présente aux passagers des oshiboris - serviettes chaudes - avant l'apéritif. Le temps de découvrir le menu, le client déguste un amuse-bouche.

Au menu :

- . une entrée gourmande accompagnée d'une salade de saison,
- . une suggestion de quatre plats chauds, dont un signé par un grand Chef, comprenant deux viandes, un poisson et un plat alternatif composé de spécialités de pâtes ou de risotto,
- . une sélection de fromages,
- . un assortiment de desserts : le trio de desserts du jour, un choix de sorbet et une corbeille de fruit,
- . une boisson chaude et un digestif viendront clore le repas.

Afin d'accompagner chaque plat, une sélection de **deux vins rouges, un vin blanc et un Champagne** réalisée par Olivier Poussier permet de découvrir des grands crus ou des trésors cachés du patrimoine viticole français.

En fonction de l'horaire du vol et de sa durée, un petit-déjeuner (proposant jusqu'à 3 choix de plats chauds) ou une collation sont également servis avant l'arrivée.

Sur le pouce... ?

Si le client préfère avoir davantage de temps pour travailler ou se détendre, la formule « sur le pouce » propose un repas froid composé d'une entrée gourmande, d'une salade de saison, d'une sélection de fromages et d'un trio de desserts qui sera servi après le décollage.

Amuse-bouche



Entrée gourmande et sa salade de saison



Assortiment de desserts



Servair, l'art culinaire au service d'Air France

Leader français et **troisième acteur mondial de la restauration aérienne**, Servair est le spécialiste de la gastronomie déclinée pour l'aérien.

Sous la responsabilité de Michel Quissac, Corporate Chef de Servair, **200 Chefs** travaillent au quotidien dans le monde entier pour promouvoir l'esprit culinaire et concilier la gastronomie avec les contraintes inhérentes à une restauration différée dans le temps et dans l'espace et ainsi donner toute sa dimension à l'art de la cuisine dans un environnement aussi particulier que celui d'un avion.

A l'écoute des tendances et désireux de régaler les papilles des passagers, ils imaginent et conçoivent pour la Compagnie une cuisine inventive, à la fois conviviale, généreuse et de qualité. Une cuisine tournée vers la saisonnalité des produits, la légèreté des ingrédients, la puissance des saveurs, avec le souci permanent du bien-être et du bien manger.

Dans le cadre de signatures prestigieuses de menus comme celle de Joël Robuchon pour la cabine Affaires d'Air France, les Chefs de Servair jouent plus que jamais leur rôle d'experts, en participant à l'adaptation des recettes aux contraintes de la restauration aérienne et en réalisant quotidiennement chaque plat, tout en conservant l'âme de la recette du grand Chef.

Servair en chiffres

Implanté dans 19 pays, Servair est présent sur 75 sites dans le monde dont 57 cuisines. Au menu des cuisiniers Servair figurent plus de 5 000 recettes.

Chaque année, les cuisines de Servair livrent à plus de 100 compagnies aériennes 40 tonnes de foie gras, 100 000 corbeilles de fruits, 110 tonnes de saumon fumé et 25 tonnes de saumon frais.

Ces détails qui changent le voyage

Des arts de la table entre surprise et modernité

• Un service à chaque moment du vol

Depuis juin 2011, biscuits et chocolats fins composent des corbeilles gourmandes proposées à différents instants du vol. Des chocolatiers de renom tels Valrhona et Cluizel enrichissent l'offre de restauration à bord. Dans le même esprit, des offres fraîcheur introduites en 2010 sur les vols longs, avec crèmes glacées ou fruits, sont proposées à chacun de nos clients entre les deux repas.

Ces corbeilles complètent l'offre du bar Affaires, où les clients bénéficient d'un large choix de boissons et de gourmandises sucrées ou salées. Air France propose ainsi à ses clients des prestations adaptées à chaque instant et à chaque type de vol.

• Des menus hauts en couleurs

Depuis le 1^{er} octobre 2011, de nouveaux menus originaux et hauts en couleurs ont fait leur apparition à bord des vols long-courriers. Onze œuvres exclusives réinterprétant l'accent du logo d'Air France, symbole fort de l'identité visuelle de la Compagnie, ont été sélectionnées pour illustrer les menus. En écho à chacune de ces créations, une palette de couleurs vives a été choisie pour habiller les seconde et troisième pages de couverture des menus Affaires. La typographie et la mise en page ont également été spécialement travaillées dans un esprit d'élégance et de modernité.

Conçus pour éveiller la curiosité des clients, ces menus sont distribués de façon aléatoire pour mieux les surprendre et susciter l'envie de collectionner la gamme complète.

Nos clients retrouveront par ailleurs ces créations graphiques dans les panneaux décoratifs des salons Affaires d'Air France.

• Une vaisselle plus contemporaine

Air France parachève le renouvellement de ses arts de la table et affirme le caractère contemporain de la vaisselle Affaires, avec des couverts au design épuré. Également inspiré de l'accent, un nouveau rond de serviette vient les enlacer, donnant au couvert une touche de couleur vive et moderne. Conçu dans un matériau entièrement recyclable, il est plus léger et plus respectueux de l'environnement.

Des accessoires de confort renouvelés tous les six mois

Éléments du confort et de l'harmonie cabine, les trousse Air France sont désormais renouvelées tous les six mois. Matières différentes et nouveaux coloris de cet accessoire incontournable surprendront les voyageurs fréquents de la cabine Affaires.



A bord, une offre contemporaine et adaptée à sa clientèle

Une expérience de voyage toute en attentions

Au-delà des améliorations en cabine, Air France souhaite renforcer la relation avec ses clients en créant avec eux des moments privilégiés. Pour faire du service un véritable élément de différenciation de sa cabine Affaires et créer dans l'esprit des clients une empreinte particulière de la marque Air France, la Compagnie s'est inspirée des meilleures pratiques de grandes enseignes haut de gamme.

De ce travail est né un ensemble de gestes, de mots et d'attentions qui concourent à créer à bord ces instants si appréciés. Par exemple, au-delà du soin apporté à s'assurer individuellement du confort de chaque client, le personnel de cabine redouble d'attention pour identifier les spécificités de chacun afin de pouvoir l'accompagner de façon personnalisée. Attentif aux lectures d'un passager, le personnel de bord pourra lui proposer une offre de presse adaptée. De même, un client gaucher se verra présenter sa boisson en conséquence.

Viser l'excellence du service

Inspirée du travail effectué pour la cabine La Première, cette démarche se traduit par des gestes et des attitudes concrets, auxquels les chefs de cabine, hôtesses et stewards long-courrier se forment de manière spécifique. En quelques mois, ce sont près de 80% des chefs de cabine long-courrier qui se sont appropriés ces véritables signatures de service.

La satisfaction des clients est manifeste : parmi les nombreux retours exprimés, beaucoup soulignent l'empathie du personnel, sa prévenance et son attention tout au long du voyage. Une étude quantitative réalisée dans le cadre de la phase pilote de la démarche a montré que près de 95% de nos clients jugeaient désormais le service à bord de nos avions entre « très bon » et « excellent ».

Détails Attentions Personnalisation Service Signatures Excellence



Le nouveau fauteuil Affaires, disponible sur plus de 25 destinations long-courrier

Depuis décembre 2010, Air France propose progressivement sur son réseau long-courrier une nouvelle cabine Affaires équipée d'un fauteuil « full sleep », **plus long, plus large et spacieux** dont l'architecture a été entièrement repensée pour apporter plus de confort. **Plus léger** de 5 kg, ce siège génère moins d'émissions de CO² et il est plus respectueux de l'environnement. Ce fauteuil équipe déjà un tiers de la flotte long-courrier d'Air France vers plus de 25 destinations ; d'ici fin 2012, les deux tiers de notre flotte long-courrier sont équipés.

Ce nouveau siège est **plébiscité par plus de 90% des clients** d'Air France qui apprécient **la qualité du sommeil** qu'il procure durant le voyage, sa position horizontale mais aussi la place offerte pour les jambes. La simplicité d'utilisation, les multiples positions pour se détendre et l'intégration de nouveaux rangements remportent également les suffrages des passagers.

Air France a en effet travaillé avec des ergonomes et des clients pour apporter encore plus de confort tout en préservant un ensemble de dimensions (plus de 2 m de long et 61 cm de large) qui en font **un des lits les plus spacieux et des plus confortables du marché**. Les commandes du fauteuil sont désormais plus simples et plus intuitives. De nouvelles positions de détente, jambes allongées, sont rendues possibles y compris pendant les phases de roulage, de décollage et d'atterrissage et de nouveaux rangements ont été pensés. L'accessibilité a été renforcée grâce à un accoudoir spécifique qui permet un accès plus facile aux passagers à mobilité réduite.

Ce fauteuil propose toujours l'essentiel pour travailler, se divertir ou se relaxer dans les meilleures conditions :

- . une prise électrique de 110 volts, compatible avec six à sept formats différents d'alimentation, dont les formats européens et américains, pour brancher son ordinateur ou tout autre appareil électronique en toute sécurité,
- . une liseuse orientable pour lire, travailler, sans déranger ou être dérangé par son voisin,
- . un casque audio réducteur de bruits.

Pour un confort optimal, les clients trouvent dès leur arrivée à leur siège :

- . un coussin de plumes traité antiallergique,
- . une couverture en pure laine vierge,
- . une trousse « confort et bien-être », renouvelée tous les six mois dans des matières et des coloris variés, qui comprend une paire de chaussettes, un masque et des bouchons d'oreilles, une housse à chaussures, des bonnettes d'écouteurs, une brosse à dent, un dentifrice, et une crème hydratante Clarins.

En complément de cette offre, d'autres articles de confort sont disponibles sur simple demande auprès du personnel navigant de la cabine (kit rasage, peigne, chausse-pied...). Un large choix de quotidiens et de magazines français et internationaux est en outre offert aux clients Affaires pendant le vol.

Un large choix de distractions à bord

Chaque fauteuil Affaires est équipé d'un système de divertissement à la demande, permettant à chacun de choisir lui-même le moment de démarrer, d'arrêter ou de mettre en pause un programme.



Ecrans tactiles 16/9 sur Boeing 777-300

Tous les mois, à bord de ses avions long-courriers, Air France apporte des nouveautés dans son programme de divertissement. Celui-ci est composé de films, de séries TV cultes, d'informations, de chaînes thématiques ou encore de musique. Au total, jusqu'à 600 heures de programmation sont offertes : de 85 à 100 films et un juke-box de 200 et 300 CDs suivant les systèmes, 25 radios, une vingtaine de jeux interactifs...



Commandes simplifiées



Plus de sérénité d'un bout à l'autre du voyage

A l'aéroport, un parcours facilité

- Un accueil privilégié

Air France met tout en oeuvre pour proposer à ses clients le parcours le plus rapide qui soit dès l'arrivée à l'aéroport jusqu'à leur installation à bord.

Dans chaque aéroport, les clients de la cabine Affaires ont accès à des comptoirs d'accueil et d'enregistrement dédiés garantissant rapidité et priorité pour :

- . s'enregistrer selon le mode de leur choix au comptoir ou sur une borne libre-service, s'ils ne l'ont pas déjà fait par internet ou sur leur téléphone portable,
- . déposer leur bagage de soute.

A Paris-Charles de Gaulle, les clients Affaires, accueillis dans une zone dédiée aux terminaux 2E et 2F, peuvent également y faire modifier leur réservation ou bénéficier de services exclusifs, comme faire protéger gratuitement leur bagage de soute sous film plastique.



- Un parcours en aéroport rapide et efficace

Dès l'enregistrement terminé, gain de temps et efficacité sont les maîtres mots :

- . des files prioritaires¹ permettent au client de remplir rapidement les formalités de douane et de passer le filtre de sécurité avant de se rendre au salon Affaires,
- . une file dédiée permet au client d'embarquer à sa convenance,
- . lors du débarquement, le client est parmi les tout premiers passagers de l'avion à sortir.

Si le client a enregistré des bagages en soute, ceux-ci lui seront livrés prioritairement.

¹dans tous les aéroports dans lesquels les infrastructures et la législation locale le permettent.

- Un personnel à l'écoute pour une assistance exclusive tout au long du parcours

De l'arrivée à l'aéroport à l'embarquement, ou en correspondance, qu'il s'agisse de changer un siège, obtenir des informations sur un compte Flying Blue, faire modifier une réservation ou attraper un vol de correspondance, des équipes dédiées sont là pour assister et répondre aux demandes des clients Affaires.



- Des agents d'accueil multiculturels

Pour faciliter l'accueil des passagers ne s'exprimant pas en anglais ou en français, Air France a mis en place, sur sa plate-forme de Paris-Charles de Gaulle, une équipe d'agents multilingues parlant le mandarin l'indien, le coréen, le tamoul, l'hindi, l'espagnol, le portugais et l'arabe littéraire.

Celle-ci accueille quotidiennement les passagers, les assiste dans les formalités d'enregistrement ou facilite leurs correspondances entre deux vols. La connaissance de leur langue et de leur culture permet d'échanger plus facilement et d'établir un contact immédiat et naturel.

Une franchise bagages 3 fois supérieure à celle de la cabine Voyageur

En cabine Affaires, les clients peuvent enregistrer gratuitement jusqu'à **2 bagages de 32 kg**, pour un total de **64 kg** (et jusqu'à 3 bagages pour les clients détenteurs de la carte Flying Blue Silver, Gold, Platinum ou d'une carte SkyTeam Elite ou Elite Plus). Ces bagages seront livrés prioritairement à l'aéroport d'arrivée.

Ils bénéficient également de la possibilité d'emporter en cabine 2 bagages, complétés d'un accessoire, pour un total de 18 kg.

Un réseau de 500 salons dans le monde

En juillet 2012, à l'occasion de l'ouverture du nouveau satellite d'embarquement du terminal 2E de Paris-Charles de Gaulle, Air France ouvrira le **plus grand salon de son réseau**.

Avec **plus de 3 000m²** totalement dédiés au bien-être, ce nouveau salon permettra à nos passagers de profiter pleinement du temps dont ils disposent avant un vol ou pendant leur correspondance.

Partout dans le monde, les clients voyageant en cabine Affaires bénéficient de l'accès à **500 salons**, dont près de **50 salons Air France**, leur proposant une large gamme de services dans un environnement calme et feutré, à l'écart de l'agitation de l'aéroport. Les clients peuvent ainsi mettre à profit le temps dont ils disposent avant d'embarquer.

Dès leur arrivée dans le salon, le personnel veille à leur confort et leur bien-être et se tient à leur disposition pour les renseigner et les aider à organiser au mieux leur voyage : changer l'attribution de leur siège, communiquer des informations sur leur compte Flying Blue, modifier une réservation ou encore les tenir informés des éventuels ajustements d'horaires sur leur vol.

Un choix varié de magazines et quotidiens locaux et internationaux est disponible en français, en anglais ainsi que dans les langues du pays dans lequel le salon est situé.

Prendre soin de soi

Air France, en partenariat avec Clarins, propose gratuitement à la clientèle des salons Affaires de Paris-Charles de Gaulle des soins du visage à base de plantes et des massages sur-mesure adaptés au voyage.

Dans le salon, les clients peuvent également :

- . se désaltérer et prendre une collation chaude ou froide, variée et adaptée aux heures de la journée, dans un buffet en libre-service proposant un assortiment de boissons, champagne, vins de la cave Air France et alcools servis à bord.

- . rester connectés grâce aux espaces équipés d'ordinateurs HP avec accès internet gratuit, de fax et d'imprimantes. Certains salons, comme ceux de Paris-Charles de Gaulle, proposent par ailleurs un accès wi-fi gratuit.

- . se détendre, lire ou travailler dans des fauteuils confortables à l'éclairage adapté.

- . se rafraîchir et prendre une douche, un kit de toilette étant à la disposition du client dans les cabines de douche du salon.

Afin de toujours offrir le meilleur à ses clients, Air France fait constamment évoluer ces services en fonction des avancées technologiques et des possibilités offertes par les infrastructures en aéroport.

A l'arrivée à Paris-Charles de Gaulle, tous les services pour bien démarrer sa journée

A leur arrivée à Paris-Charles de Gaulle, un salon Arrivée accueille les clients de 5 heures à 14 heures au terminal 2C. Cabines de douches spacieuses, défroissage des vêtements, petit-déjeuner, espace de travail équipé d'ordinateurs, presse internationale, service de réservation de moyens de transports vers Paris, etc. Tout est mis en œuvre pour mettre le client dans les meilleures conditions pour commencer sa journée de travail.



Des avantages Flying Blue pour les clients Affaires

En voyageant en cabine Affaires, les clients accumulent l'équivalent de **125% à 175%** de la distance parcourue, convertie en miles.

A titre de comparaison, l'accumulation de miles varie selon le tarif de 25% à 100% en cabine Voyageur et de 100% à 125% en cabine Premium Voyageur. Par exemple, un client Flying Blue Silver effectuant un aller-retour entre Paris et Johannesburg en tarif flexible accumulera 23778 miles en voyageant en cabine Affaires (contre 13588 en voyageant en cabine Voyageur). Ce seul voyage aller-retour lui donnera par exemple directement droit à un billet prime Paris-Toulouse aller-retour.

Voyager en cabine Affaires permet donc d'accéder plus rapidement aux primes Flying Blue, ainsi qu'aux avantages proposés aux détenteurs des cartes Flying Blue Silver, Gold, Platinum tels que la priorité sur les listes d'attente, la priorité à l'embarquement, ou un bagage supplémentaire gratuit.

Les dernières technologies au service du client

- « **Air France Connect** », une information proactive et gratuite.

En réservant leur vol, tous les clients bénéficieront d'Air France Connect, un service exclusif, gratuit, sans inscription ni abonnement, qui les informera proactivement de modifications et d'aléas dans le cadre de leur voyage.

Afin d'être averti personnellement, chaque client doit s'assurer qu'Air France dispose d'un moyen sûr de le contacter en communiquant à la compagnie le maximum de contacts (téléphone, mobile ou e-mail) qu'il utilisera pendant son voyage. Ces éléments peuvent être renseignés dès la réservation, que ce soit via un centre d'appel, une agence Air France, une agence de voyages, sur un site web ou via la rubrique « Gérer vos réservations » sur www.airfrance.fr.

- Un site internet mobile (<http://mobile.airfrance.com>) et des applications permettent, entre autres, d'acheter un billet et de gérer sa réservation directement depuis son mobile. Via le site mobile, il est également possible de s'enregistrer dès 30 heures avant l'heure limite d'enregistrement et d'obtenir sa carte d'embarquement par e-mail ou sur son téléphone mobile.



Le programme de fidélisation Flying Blue est commun à Air France et KLM. Il offre à ses **20 millions** de membres de nombreuses possibilités pour accumuler et utiliser des miles auprès de **130 partenaires** aériens et non aériens. Contrairement à d'autres programmes de fidélité, les miles Flying Blue sont **valables à vie**, à condition de voyager une fois tous les 20 mois sur Air France, KLM, l'une des compagnies de l'alliance SkyTeam ou Air Calin.



Un réseau puissant

Air France exploite quotidiennement plus de **1 500 vols**. Jouant de leur complémentarité, Air France et KLM proposent **254 destinations dans 124 pays**. Au cœur de ce réseau, se trouvent deux puissants hubs : Paris-Charles de Gaulle et Amsterdam-Schiphol.

Les clients peuvent bénéficier du double réseau grâce à :

- . un hubway qui, en reliant avec 15 vols cadencés quotidiens les deux plates-formes de Paris-Charles de Gaulle et Amsterdam-Schiphol, connecte les réseaux d'Air France et de KLM.

- . la combinabilité tarifaire qui permet aux clients, sur les destinations desservies par les deux compagnies, d'accéder plus facilement aux horaires qui leur conviennent le mieux et aux tarifs les plus intéressants en combinant un trajet sur KLM via Amsterdam et un trajet sur Air France via Paris.

La cabine Affaires en chiffres

- **104 avions** long-courriers à l'hiver 2011.
- Situées à l'avant de l'avion, ou juste derrière les cabines La Première sur les avions équipés, les cabines Affaires comportent entre **14 et 80 sièges**.
- 73% des clients sont des hommes
- 70 % voyagent à titre professionnel
- Plus de 50% des clients sont en correspondance à Paris
- 80% ont entre 30 et 60 ans
- Un produit très international : 37% des clients sont français, 21% nord-américains, 20% européens, 10% viennent d'Afrique et du Moyen-Orient et 7% d'Asie

Une flotte moderne

Atout majeur de la stratégie d'Air France, la flotte de la compagnie est aujourd'hui l'une des plus jeunes et des plus rationnelles d'Europe.

D'un âge moyen d'environ 9 ans, ces appareils permettent :

- . d'offrir un meilleur confort aux passagers,
- . de réaliser d'importantes économies de carburant,
- . de limiter les émissions de gaz à effet de serre et les émissions de bruits pour les riverains.

En 2012, le nouveau fauteuil Affaires équipera les deux tiers de la flotte long-courrier d'Air France, soit environ 70 avions.

