

Wuhan, nouvelle destination d'Air France en Chine

Leader aérien entre l'Europe et la Chine et première compagnie à avoir desservi ce pays il y a plus de 45 ans, Air France inaugure à partir du 11 avril une liaison régulière entre son hub de Paris-Charles de Gaulle et Wuhan.

Air France devient ainsi la première compagnie à proposer des vols directs entre Wuhan et l'Europe. Cette nouvelle liaison, assurée à raison de trois vols par semaine, est exploitée en Boeing 777-200ER équipés de 309 sièges : 35 en cabine Affaires, 24 en Premium Voyageur et 250 en Voyageur/Economique.

Tous les appareils desservant Wuhan seront équipés du nouveau siège Affaires "full sleep", plus long, plus large et plus spacieux.

Avec cette 9^{ème} destination en grande Chine, le groupe Air France-KLM renforce sa position de leader européen du transport aérien entre l'Europe et la Chine.



Questions à Marnix Fruitema, Directeur général Asie Pacifique d'Air France et KLM



Pourquoi Air France a-t-elle décidé de lancer une nouvelle liaison vers Wuhan ?

Avec l'ouverture de Wuhan, 9^{ème} destination du Groupe en grande Chine, nous voulons renforcer notre position de leader, dans le transport de passagers entre l'Europe et la Chine. Les attraits de Wuhan sont nombreux. Avec une population de 9 millions d'habitants, c'est un important centre commercial, financier, industriel, notamment pour l'industrie automobile, et scientifique. De nombreuses sociétés internationales y sont implantées dont plus de 80 entreprises françaises. Wuhan est également le troisième pôle universitaire de Chine avec 1,2 million d'étudiants. Les échanges universitaires sont fréquents avec l'Europe. D'un point de vue touristique, Wuhan, le barrage des Trois Gorges et l'armée de terre cuite enterrée de Xi'An sont généralement inclus dans les circuits touristiques proposés par les tours opérateurs. Wuhan participe d'ailleurs au Festival artistique franco-chinois «Croisements» comptant 183 événements dans 25 grandes villes du pays. La célèbre plasticienne Agnes Varda y présente notamment au Musée des Beaux Arts jusqu'au 6 mai son exposition «Les plages», une promenade dans un monde personnel, entre fiction et réalité, mélancolie et gaieté.

La position centrale de Wuhan et son fort dynamisme économique nous permettent donc d'être confiants quant au développement de cette nouvelle liaison.

Quels sont les enjeux d'Air France en Chine ?

Notre ambition est de conserver, avec KLM, **notre position de leader européen sur ce marché**, désormais deuxième puissance économique mondiale. Ainsi, Air France et KLM souhaitent continuer à répondre aux besoins de voyages entre la Chine et le reste du monde, tant sur le segment affaires que sur le segment loisirs. Cette année, le Groupe accueillera près de 2 millions de clients sur nos lignes à destination de 9 villes de grande Chine.

Comment Air France se différencie-t-elle de ses concurrents ?

Les attentes de la clientèle chinoise sont au centre de notre produit. Les équipages sont formés à la culture chinoise et des interprètes chinois sont présents à bord de nos avions, dans lesquels les annonces sont faites en mandarin et en cantonais.

Air France propose des repas conçus par des chefs d'origine chinoise et offre une large gamme de films chinois ou bien sous-titrés en chinois.

Avec nos partenaires China Southern et China Eastern, nous proposons une offre élargie de destinations vers les provinces chinoises.

Le public chinois est très attaché à Air France. Quelles en sont les raisons ?

Air France est un acteur de longue date en Chine. Nous avons été la première compagnie européenne à desservir Shanghai, Pékin et Canton. **Cette présence est saluée par nos clients chinois et notre produit est reconnu.** Air France a été élue en juin 2011 "Meilleure compagnie européenne" par le Gold List Award of China Tourism. Le mensuel chinois 'Voyage' nous a décerné le prix de la « classe Affaires la plus innovante ». Air France est d'ailleurs particulièrement honorée d'être la seule compagnie primée par ce magazine. Enfin, la marque Air France reste fortement associée à l'image de la France, destination européenne favorite des clients chinois.

Air France-KLM en grande Chine : 92 vols par semaine vers 9 destinations

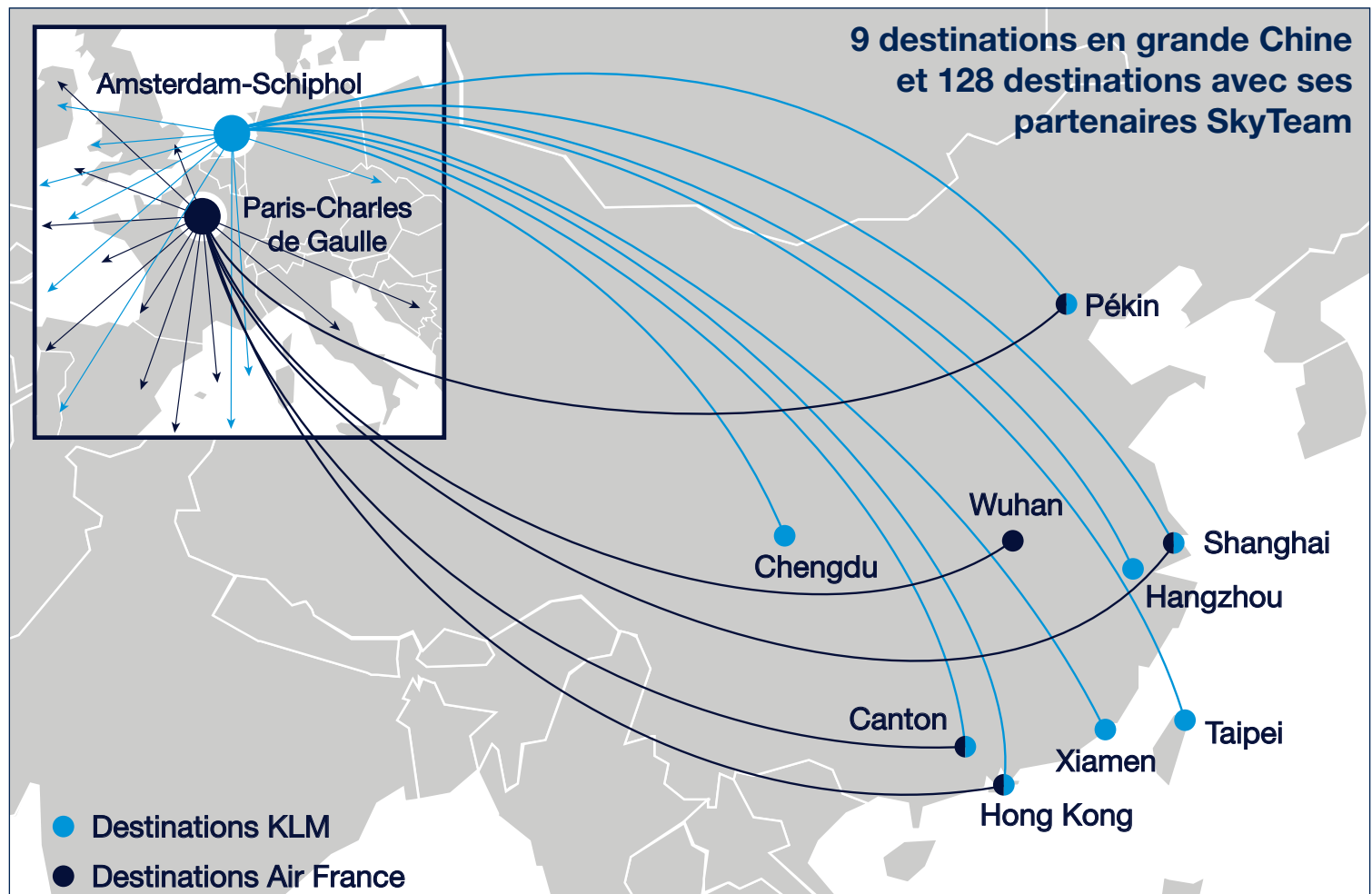
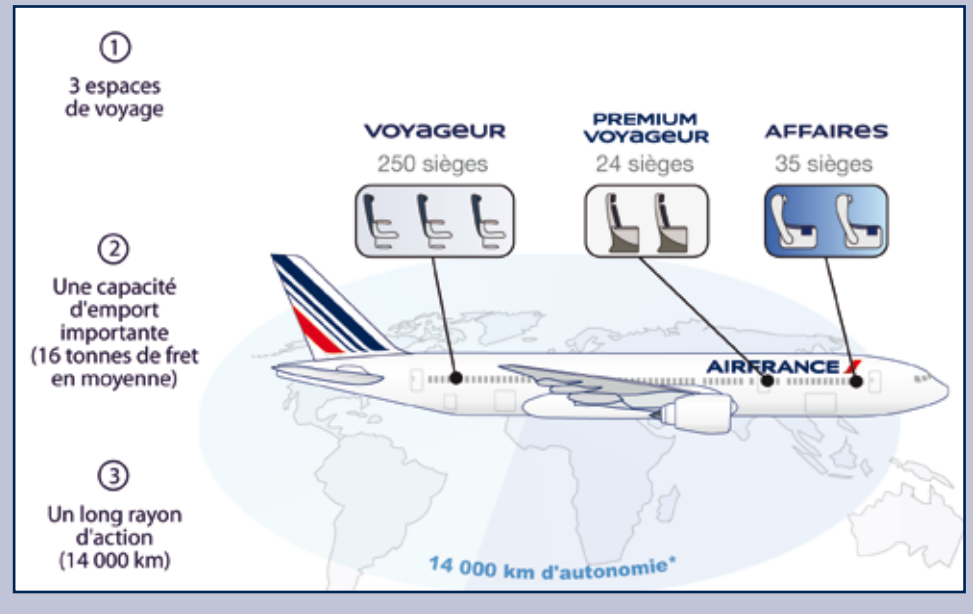
Air France-KLM est le leader européen entre la Chine et l'Europe. Air France et KLM exploitent 92 vols hebdomadaires reliant leurs hubs de Paris-Charles de Gaulle et Amsterdam-Schiphol à 9 destinations en grande Chine : Canton, Chengdu, Hangzhou, Hong Kong, Pékin, Shanghai, Taipei, Wuhan et Xiamen.

Avec ses partenaires China Southern et China Eastern, Air France-KLM propose jusqu'à 128 fréquences à destination de la Chine.

Des vols exploités en Boeing 777-200ER

La liaison Paris CDG-Wuhan sera assurée à raison de trois vols par semaine, en Boeing 777-200ER équipés de 309 sièges : 35 en cabine Affaires, 24 en Premium Voyageur et 250 en Voyageur/Economique.

Le Boeing 777 constitue plus de la moitié de la flotte long-courrier d'Air France. Doté des technologies les plus avancées et de moteurs de dernière génération, cet appareil présente les meilleures performances énergétiques et environnementales de sa catégorie.



Les services d'Air France pour les clients chinois

> Des équipages formés à la culture chinoise

Air France a conçu un service spécialement adapté pour accueillir ses passagers chinois. La Compagnie a ainsi mis en place un programme de sensibilisation à la culture chinoise à destination de ses 15 000 hôtesses et stewards. Cette recherche permanente de l'excellence, de l'accueil et du service se manifeste tant dans la gestuelle que dans le vocabulaire respectueux utilisé. Les annonces à bord sont diffusées en mandarin sur les lignes en provenance et à destination de Pékin, Shanghai et Canton. Pour Hong Kong, les annonces sont diffusées en cantonais. En outre, depuis plus de dix ans, des interprètes chinois sont également à bord de tous les vols en provenance ou à destination de la Chine.

> Des agents d'accueil parlant mandarin

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.

> Des services mobiles en chinois

Les clients d'Air France bénéficient d'un service exclusif, gratuit, sans inscription ni abonnement, les informant de modifications et d'aléas dans le cadre de leur voyage. Baptisé Air France Connect, ce service est disponible depuis quelques semaines en chinois.

Grâce au numéro de portable et à l'adresse e-mail que le client a indiqués lors de l'achat de son voyage, Air France pourra l'informer dès 14 jours avant le départ soit par téléphone, SMS ou e-mail, d'une éventuelle annulation de son vol, voire d'un retard, d'un changement de porte d'embarquement ou, après le décollage, de la livraison différée de ses bagages. Air France et KLM sont les premières compagnies aériennes offrant à aussi grande échelle un service d'information proactif à tous leurs passagers sur l'ensemble de leur réseau.

Afin d'être averti personnellement en cas d'imprévu sur un vol, il suffit à chaque client de s'assurer que la Compagnie 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.

> La gastronomie chinoise à bord

Air France attache une importance particulière à l'ouverture aux autres cultures grâce à une écoute attentive des goûts des passagers. Tout en offrant une expérience gastronomique à la française, Air France prend soin de s'adapter à la culture ou au régime alimentaire de ses clients.



Pour les clients chinois, les chefs de Ser-vair, le spécialiste de la restauration à bord et filiale d'Air France, développent une offre de plats chinois raffinés servis en classes Affaires, Premium Voyageur ou Voyageur. Par ailleurs, du thé au jasmin est proposé dans toutes les classes de voyage.

> Des films et de l'information en mandarin

Pour ses passagers chinois, Air France offre une sélection de films internationaux sous-titrés en chinois, fréquemment renouvelée. Une rubrique world est également disponible dans laquelle un film chinois est systématiquement proposé. La sélection varie tous les trois mois et la langue proposée est alternativement le mandarin ou le cantonais.



L'ensemble de la nouvelle programmation vidéo et audio est disponible à la demande et permet ainsi à chaque client de démarrer le programme choisi quand il le souhaite.

Un choix de 200 CD de genres musicaux variés permet aux passagers de composer un programme sur mesure. De la musique traditionnelle asiatique vient enrichir cette sélection.

> Une sélection de la presse chinoise à bord

Une version simplifiée du magazine de bord Air France en chinois est à la disposition des passagers. Une sélection de titres de la presse chinoise est également disponible sur chacun des vols.

Un nouveau fauteuil Affaires

Tous les appareils desservant Wuhan seront équipés du nouveau siège Affaires « full sleep », plus long, plus large et plus spacieux.

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 **l'un des lits les 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.

Plus léger de 5 kg, ce siège génère moins d'émissions de CO₂ et il est plus respectueux de l'environnement.

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.



Un des lits les plus confortables du marché

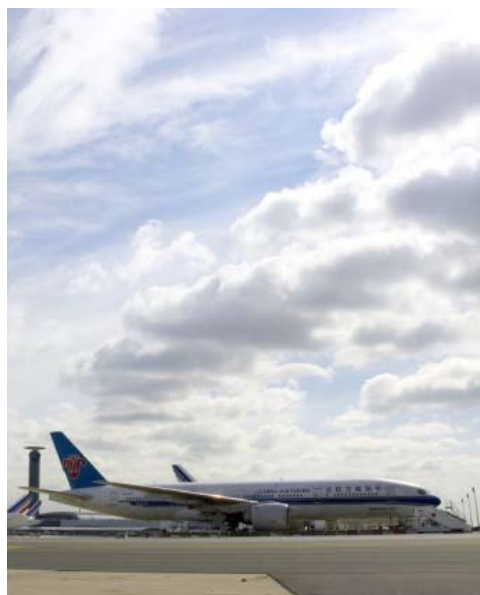
Une joint-venture puissante avec China Southern

La coopération avec les compagnies chinoises permet de proposer davantage de fréquences aux clients du groupe, grâce au système de partage de codes.

L'accord de joint-venture entre Air France et China Southern, effectif depuis janvier 2011 sur la route Paris-Canton, constitue une étape supplémentaire dans cette collaboration. Cette joint-venture donne aux clients un accès à un réseau incomparable de destinations à des tarifs compétitifs, à plus de fréquences avec de meilleures correspondances, à plus de possibilités d'accumuler des miles.

Pour les compagnies membres, c'est l'opportunité d'améliorer le résultat financier et la part de marché sur les routes opérées. Cette joint-venture a également pour ambition d'accroître la visibilité des marques Air France et KLM sur le marché chinois tout en préservant et renforçant la position des hubs d'Amsterdam-Schiphol et Paris Charles-de-Gaulle en Europe.

La mise en œuvre d'un autre accord de joint-venture avec China Eastern sur Paris-Shanghai devrait encore renforcer le positionnement du groupe en Chine, en cohérence avec sa stratégie de développement.



SkyTeam, l'alliance n°1 en grande Chine avec 128 destinations

Avec l'arrivée de China Airlines et China Eastern en 2011, SkyTeam compte désormais quatre compagnies chinoises et représente la première alliance en grande Chine, avec 128 destinations, un véritable atout sur ce marché en fort développement.

- China Southern, avec ses hubs de Canton et Pékin, est la plus grande compagnie chinoise, et la troisième compagnie mondiale ; elle dessert 153 villes dans 37 pays. China Southern est membre de l'alliance SkyTeam depuis novembre 2007. Le réseau particulièrement étendu de China Southern partout dans le monde en fait un partenaire privilégié pour l'ensemble des compagnies SkyTeam.
- China Eastern et Shanghai Airlines ont fusionné en 2009. Ensemble, ces compagnies, toutes deux basées à Shanghai, apportent 32 nouvelles destinations à SkyTeam. China Eastern opère aujourd'hui 147 destinations dans le monde, et Shanghai Airlines 78 – dont 65 dessertes domestiques.
- China Airlines exploite un vaste réseau de vols passage et fret au départ de son hub de Taipei, ville située dans l'une des zones économiques les plus puissantes d'Asie. Elle assure 224 vols quotidiens vers 80 destinations du monde entier notamment vers la région Asie-Pacifique, l'Amérique du Nord et l'Europe.



SkyTeam renforcera encore prochainement sa position en Chine en intégrant Xiamen Airlines, cinquième plus grande compagnie aérienne de Chine. Basée à Xiamen, ville côtière de la province de Fujian, en Chine orientale, Xiamen Airlines exploite un réseau de vols domestiques et régionaux, en Chine et en Asie, principalement à partir des hubs des aéroports de Xiamen, Fuzhou et Hangzhou.

corporate.airfrance.cn, le nouveau site corporate d'Air France pour le public chinois

A l'occasion de l'ouverture de cette nouvelle liaison vers Wuhan, Air France a lancé un nouveau site corporate, spécialement destiné à ses clients chinois.

Disponible en chinois simplifié et traditionnel, ce site reprend l'essentiel d'Air France en grande Chine et dans le monde : des actualités régulières sur la stratégie de l'entreprise, une carte du réseau d'Air France, KLM et leurs partenaires chinois, l'art du voyage avec Air France, les ambitions de la compagnie en matière de développement durable et les derniers communiqués et dossiers de presse.

Air France est la première compagnie aérienne à proposer une déclinaison de son site corporate en chinois.

Retrouvez ces informations sur : <http://corporate.airfrance.cn>



Zhu Yan, le visage d'Air France en Chine

Air France a choisi comme ambassadrice en Chine Mademoiselle Zhu Yan, danseuse étoile du ballet national de Chine.

En devenant le visage d'Air France en Chine, Zhu Yan s'associe à plusieurs événements et voyages liés à la Compagnie.

Mademoiselle Zhu Yan est reconnue internationalement et a développé des liens forts avec la France et Paris, où elle a remporté son premier prix de ballet international. Zhu Yan est passionnée par la danse depuis son plus jeune âge. Elle a commencé la danse classique à l'âge de neuf ans. C'est en 1995 qu'elle rejoint le Ballet National de Chine. Zhu Yan a notamment été l'invitée d'honneur des plus grands opéras du monde comme l'Opéra national de Paris, le Royal Opera House de Londres (Covent Garden) ou le Royal Opera House de Stockholm. Elle a également interprété le rôle principal dans Roméo & Juliette et Carmen.



Une présence de plus de 45 ans en Chine

Air France est présente en Chine depuis plus de 45 ans. Cette histoire commune a créé un fort attachement de la compagnie et de ses personnels à l'égard de ce pays. Air France et KLM ont ainsi été les premiers transporteurs européens sur plusieurs de leurs lignes : Chengdu, Guangzhou, Hangzhou, Pékin, Shanghai, et Xiamen.

Historique d'Air France et KLM en Chine

1966

Ouverture de la ligne vers Shanghai par Air France

1973

Ouverture de la ligne vers Pékin par Air France

1996

Ouverture de la ligne vers Pékin par KLM

1999

Ouverture de la ligne vers Shanghai par KLM

2004

Ouverture de la ligne vers Guangzhou par Air France

2010

Ouverture de la ligne vers Hangzhou par KLM

2011

Ouverture de la ligne vers Xiamen par KLM

2012

Lancement de la liaison vers Wuhan par Air France

Wuhan, province du Hubei

