

## NOUVEAU LOOK PLUS MODERNE POUR AMERICAN AIRLINES

**Le nouveau logo et la livrée sont enfin dévoilés, quelques jours avant la mise en service du nouveau Boeing 777-300ER**

**Paris, le 17 janvier 2013**

Cette nouvelle année marque le lancement d'un nouveau look pour American Airlines qui dévoile ce jour son nouveau logo et la future livrée de ses appareils. Cette nouvelle identité visuelle est déjà en place sur le tout nouvel appareil Boeing 777-300ER Flagship dont le premier vol est prévu pour le 31 janvier. De plus, la compagnie va prendre livraison d'autres appareils cette année, suite à une commande sans précédent de 550 nouveaux avions. La refonte du logo et de la livrée s'inscrit dans le projet d'American de moderniser l'expérience de ses passagers.

Tom Horton, Chairman et CEO d'American Airlines, a déclaré à cette occasion : "Depuis notre commande historique d'appareils en juillet 2011, nous avons travaillé pour que l'extérieur de nos appareils reflète les efforts entrepris pour moderniser la compagnie de l'intérieur. Alors que nous poursuivons notre réflexion pour savoir si une fusion pourrait renforcer les atouts d'American Airlines, nous continuons notre progression étape par étape pour construire notre nouvelle compagnie, avec le plus grand respect pour notre nom American. Ce jour marque une étape essentielle avec le lancement d'une nouvelle identité visuelle pour la première fois en plus de 40 ans. »

American s'apprête à prendre livraison de centaines de nouveaux appareils plus légers, réalisés en matériaux composites qui doivent être peints. Dans la mesure où il n'était plus possible de conserver l'aspect métal poli, le choix de la peinture destinée à habiller les nouveaux appareils était capital pour s'inscrire dans la lignée de la célèbre livrée argentée d'American Airlines. Le choix s'est donc porté sur une peinture de couleur argent mica, afin de prendre en compte cet héritage tout en rafraichissant le style.

Pour Virasb Vahidi, Chief Commercial Officer d'American Airlines : "Notre nouveau logo et la nouvelle livrée ont été conçus pour refléter la modernité et la détermination qui caractérisent American. Nos couleurs de base, le rouge, le blanc et le bleu, ont été retouchées dans un esprit plus dynamique et accueillant. Les rayures flottent fièrement sur l'empennage, symbole de l'origine et du nom d'American. Et l'on retrouve dans notre nouvel emblème, un aigle redessiné, les nombreux éléments associés à American dont le A et l'étoile. »



Depuis le début de la restructuration, American Airlines a procédé à une série d'investissements stratégiques destinés à placer ses clients au cœur de toutes ses

actions, et à donner aux employés les outils, formations et technologies nécessaires pour offrir aux passagers une expérience unique, tout en générant plus de croissance et d'opportunités.

Même s'il reste des décisions importantes à prendre quant au futur de la compagnie, American continue sa progression, basée notamment sur les nombreux investissements annoncés l'an dernier :

- **La flotte la plus moderne de l'industrie** : cette année, American recevra près de 60 nouveaux appareils, dont le Boeing 777-300ER qui entrera en service le 31 janvier. En juillet, la compagnie recevra des Airbus en matériaux composites plus légers et plus éco-efficients, qui devront être peints. American continue ses investissements pour proposer le nec plus ultra du Wi-Fi en vol, le divertissement individuel, des prises universelles pour chaque siège et la classe intermédiaire « Main Cabin Extra » sur les liaisons majeures. De plus, American a l'intention de proposer des sièges-lits inclinables à 180° dans les cabines premium sur tous ses appareils gros-porteurs et sur sa flotte transcontinentale USA.
- **Expansion du service international** : cette année, American renforce son réseau avec de nouvelles destinations dans le monde entier, notamment des liaisons internationales et domestiques supplémentaires au départ de Dallas /Fort Worth, des liaisons européennes et domestiques supplémentaires au départ de Chicago O'Hare, de nouveaux vols à destination de l'Europe au départ de New York, et de nouveaux services au départ de Miami sur l'Amérique latine et les Caraïbes.  
La compagnie prévoit également de lancer les liaisons internationales suivantes : Dallas/Fort Worth – Seoul, Dallas/Fort Worth – Lima, Dallas/Fort Worth – Bogota, Chicago O'Hare – Düsseldorf, New York JFK – Dublin, Miami – Pointe-à-Pitre, Miami – Fort-de-France, Miami – Curitiba et Miami – Porto Alegre (Brésil).
- **Information en temps réel** : La compagnie a pour projet de fournir des tablettes aux PNC, aux pilotes et aux techniciens de maintenance, leur permettant ainsi de recevoir des informations en temps réel et d'avoir une meilleure vision opérationnelle pour travailler de façon plus efficace. A partir de février 2013, le personnel au sol de la compagnie bénéficiera également de nouvelles technologies à l'aéroport pour faciliter le voyage des passagers.
- **Une expérience à bord de premier ordre** : American Airlines a récemment déployé des améliorations dans ses cabines premium sur les liaisons internationales, parmi lesquelles une vaisselle plus raffinée, des choix de menus plus variés, et un service plus personnalisé, semblable à celui d'un restaurant. Dans le courant de cette année, la compagnie étendra à de nouvelles liaisons la mise à disposition de tablettes Samsung Galaxy pour les passagers des cabines premium.

American Eagle et le programme de fidélisation AAdvantage® vont également bénéficier d'une nouvelle identité visuelle. Le premier vol American Eagle habillé de la nouvelle livrée sera opéré en février. L'adaptation du nouvel habillage à tout le réseau d'American est un processus qui sera décliné progressivement dans les hubs de la compagnie ainsi qu'à l'intérieur et à l'extérieur des appareils. Sans oublier les nouveaux uniformes, les différents produits et services, et les plateformes technologiques telles qu'AA.com et les applications mobiles d'American Airlines.

La nouvelle identité visuelle d'American Airlines a été conçue en partenariat avec la société de conseil FutureBrand, mais également avec l'apport des clients et des personnels de la compagnie. American dévoile également ce jour une nouvelle campagne de publicité présentant la nouvelle identité visuelle, développée en partenariat avec l'agence McCann Worldgroup.

Pour plus d'information sur la nouvelle identité visuelle d'American Airlines et pour suivre la progression de sa mise en place, rendez-vous sur [www.aa.com/newamerican](http://www.aa.com/newamerican).

Pour accéder aux vidéos présentant cette nouvelle identité visuelle, suivre le lien : <http://www.multivu.com/mnr/59955-american-airlines-debuts-new-modern-look>

Pour une photo haute définition : <http://photos.prnewswire.com/prnh/20130117/MM44056>

## **A propos d'American Airlines**

American Airlines met tout en œuvre pour offrir une expérience de voyage exceptionnelle dans le monde entier, en desservant plus de 260 aéroports dans plus de 50 pays et territoires. Sa flotte de près de 900 appareils opère plus de 3.500 vols quotidiens au départ de ses hubs de Chicago, Dallas/Fort Worth, Los Angeles, Miami et New York. American dessert près de 100 destinations internationales, dont d'importants marchés tels que Londres, Madrid, Sao Paulo et Tokyo. La compagnie va prendre livraison de plus de 500 nouveaux appareils, y compris des commandes restantes de B737 et des nouvelles commandes telles que le B777-300ER et l'A320. American souhaite opérer à terme la flotte la plus jeune et la plus moderne de tous les transporteurs U.S. majeurs. Le site d'American Airlines, [AA.com](http://AA.com)<sup>®</sup>, permet aux clients d'accéder facilement à la consultation et à la réservation des vols, mais aussi à des informations personnalisées, des actualités et des offres spéciales. AAdvantage<sup>®</sup>, l'un des programmes de fidélisation les plus populaires au monde, permet à ses membres de cumuler des miles et de les échanger contre des primes de voyages vers près de 950 destinations dans le monde, mais aussi contre des surclassements, des forfaits vacances, des locations de voiture, des séjours hôteliers et bien d'autres. La compagnie propose un réseau de près de 40 salons d'aéroport [Admirals Club](#)<sup>®</sup> offrant aux passagers confort, équipements et services qui leur permettent de rester productifs à tout moment. American Airlines est l'un des membres fondateurs de l'alliance aérienne **oneworld** qui réunit certaines des meilleures et des plus importantes compagnies au monde, parmi lesquelles British Airways, Cathay Pacific, Iberia, Japan Airlines, LAN et Qantas. Ensemble, les membres de **oneworld** desservent plus de 900 destinations dans 150 pays et territoires avec plus de 9.000 vols. Retrouvez American Airlines sur les réseaux sociaux Twitter [@AmericanAir](#) et Facebook [Facebook.com/AA](https://www.facebook.com/AA). Les compagnies American Airlines, Inc. et American Eagle, Inc. sont des filiales du groupe AMR Corporation. Les actions d'AMR Corporation sont commercialisées sous le symbole « AAMRQ » sur le marché OTCQB, régi par le Groupe OTC Markets.