



l'image de marque d'Air Canada rouge

Le nom, la livrée et le positionnement de la marque d'Air Canada ont été annoncés en décembre 2012. La marque du transporteur aérien a évolué considérablement dans les six derniers mois afin de se forger un look et une personnalité qui reflètent et inspire une nouvelle façon de voyager... juste à temps pour que les premiers passagers prennent leur envol le 1^{er} juillet.

nom, livrée et intérieur des aéronefs

Le nom Air Canada rouge, qui a été suggéré par le public lors d'un concours visant à trouver un nom au transporteur, puis testé parmi d'autres noms auprès des Canadiens, se caractérise par la couleur distinctive et la police de caractères de son logo. La réception du nom Air Canada rouge s'est avérée extrêmement positive sur l'ensemble des marchés, et les participants au sondage ont trouvé le nom très canadien, facile à retenir dans les deux langues et tout à fait approprié pour désigner la nouvelle ligne aérienne spécialisée dans les voyages à prix abordables d'Air Canada.

La nouvelle livrée des aéronefs affiche également le logo avec une police de caractères et un style distinctifs, combinant un fond blanc avec les noms « Air Canada » (en rouge vif) et « rouge » (en bourgogne) à l'avant de l'appareil, ainsi que la rondelle caractéristique d'Air Canada sur la queue, recadrée et avec une petite touche différente.

La palette de couleurs d'Air Canada rouge, principalement composée de blanc, de gris ardoise, de rouge vif et de bourgogne, est accompagnée de couleurs secondaires telles que bleu ciel, fuchsia, jaune doré, mauve pâle et violet foncé. Ces couleurs, qui se retrouvent sur

tout ce qui a trait au service à la clientèle (uniformes, napperons, menus et plus encore), donnent de l'éclat à l'intérieur des aéronefs. À bord des deux types d'appareils (Airbus 319 et Boeing 767-300 ER), les rideaux bourgogne des cabines et des panneaux décoratifs laminés argentés sont pourvus d'un motif lettré surdimensionné.

conception et expression de la marque

Après la phase initiale de positionnement de la marque et de conception du look, l'image de marque d'Air Canada rouge a été poussée encore plus loin afin de lui conférer un look et une personnalité uniques. En s'appuyant sur la réputation des marques d'Air Canada et de Vacances Air Canada, Air Canada rouge vise désormais à devenir un chef de file dans le domaine du voyage d'agrément et à répondre au désir universel de vivre une expérience de vacances mémorables. À partir de ces deux objectifs, le slogan « En avant les vacances » est né.

Afin de refléter l'aspect « loisirs », un ton plus décontracté est utilisé dans les communications de la marque, simplifiant la terminologie utilisée dans le domaine du voyage et établissant un discours plus convivial avec la clientèle.

Les couleurs secondaires et le logo lettré surdimensionné apparaissent sur de nombreux éléments destinés à la clientèle (articles de papeterie, menus, système de divertissements de bord, articles promotionnels, etc.).

Afin de se démarquer dans l'industrie du voyage d'agrément, où se multiplient les photos de ciel bleu de destinations exotiques, Air Canada rouge a créé un style de photographie unique, utilisant des images, des cadrages et couleurs atypiques. Les images choisies pour Air Canada rouge offrent une perspective intéressante et sont intentionnellement « imparfaites ». On n'y retrouve aucun soleil parfait ou plage sablonneuse parsemée de palmiers, ni de monument historique ou maillot de bain retouché. Les photos et vidéos choisies sont semblables à ceux que réalisent les voyageurs, affichant des perspectives et des visages captivants, ainsi que des cadrages et compositions qui attirent le regard. Une



police de caractères simple et claire est également utilisée afin d'agrémenter le style d'images distinct et décontracté d'Air Canada rouge.

De plus, tout ce qui a trait aux relations publiques (événements spéciaux et promotions) a été pensé dans l'idée de créer une ambiance de vacances conviviale et apaisante qui reflète l'expérience de bord d'Air Canada rouge.

service à la clientèle convivial et chaleureux

Vacances Air Canada rouge a accordé beaucoup d'importance à la formation de son personnel de bord pour que celui-ci puisse offrir un service à la clientèle exceptionnel.

L'essence de la marque d'Air Canada rouge est d'offrir un service de bord convivial qui donne l'impression aux passagers qu'ils se sentent chez soi et que leurs vacances commencent et se terminent à bord de leur vol.

look moderne et décontracté pour le personnel de bord

Pratiques et confortables, les uniformes du personnel de bord d'Air Canada rouge sont une expression importante de la marque, affichant un look accueillant, avant-gardiste et durable. Le concept des uniformes adopte les couleurs caractéristiques et les tons éclatants d'Air Canada rouge afin de créer un style nouveau, simple et décontracté à l'image de l'ambiance de vacances que l'on retrouve à bord. Des éléments sur mesure caractéristiques tels que des chaussures et des cravates de marque, des valises pratiques et compacts ainsi que des cosmétiques contribuent au look distinctif et nouveau d'Air Canada rouge.

comment faire l'expérience de la marque

Vous pouvez faire l'expérience de la marque d'Air Canada rouge à divers endroits. Réservez facilement vos vacances vers de nombreuses destinations loisirs populaires sur le site aircanada.com ou vacancesaircanada.com. De plus, le site aircanada.com/rouge propose de



nouvelles pages d'accueil où les clients peuvent consulter tous les renseignements dont ils ont besoin avant de monter à bord de leur vol d'Air Canada rouge.

Grâce à toute l'information utile disponible avant le voyage, à l'aéroport et à bord des vols, les clients pourront faire l'expérience des marques d'Air Canada, de Vacances Air Canada et d'Air Canada rouge en voyageant avec Air Canada rouge.

Restez à l'affût des détails concernant la marque d'Air Canada rouge qui paraîtront dans les diverses communications marketing d'Air Canada et Vacances Air Canada.

partenaires de la marque

Air Canada rouge souhaite remercier tous ses précieux partenaires qui ont contribué à la conception de la marque :

paulwylde agency – nom, livrée, palette de couleurs, conception de l'intérieur des cabines, conception initiale de la marque

Bensimon Byrne – essence et stratégie de la marque, conception graphique des divers éléments destinés à la clientèle

Narrative PR – relations publiques, promotions et planification d'événements, stratégie de médias sociaux

VF Imagewear, John Fluevog Shoes, Mari C. Design, Redken, Maybelline, Bentley Luggage – conception des uniformes du personnel de bord d'Air Canada rouge, vêtements, chaussures, cravates et écharpes, cosmétiques, valises

