

COMMUNIQUÉ

Air Mauritius donne un nouvel élan à sa stratégie de développement à travers un nouvel univers visuel

Air Mauritius dévoile aujourd'hui son nouvel univers visuel, dont une dynamisation et une modernisation de son logo, symboles de son ambition de développement. Après les nouvelles cabines et les nouveaux uniformes, c'est le mythique « paille en queue » qui prend symboliquement son envol, apportant un nouveau souffle à la compagnie.

Le 1^{er} juillet dernier, Air Mauritius a opéré un réaménagement complet de ses avions, passant d'une cabine tri-classe à une bi-classe très haut de gamme. De nouveaux sièges dans une atmosphère chaleureuse recréent l'ambiance de l'île dès que le passager met le pied dans l'avion. En octobre, ce sont les nouveaux uniformes du personnel qui ont été introduits. La compagnie avait auparavant redynamisé son programme de fidélité KestrelFlyer en avril.

Parallèlement, Air Mauritius a renforcé ses partenariats internationaux, offrant un plus large éventail de destinations, et faisant aussi de Maurice un véritable hub dans l'océan indien. Cette dynamique de modernisation et de renforcement de la qualité et de l'offre de la compagnie prend aujourd'hui un nouveau visage avec un univers visuel renouvelé, signant la stratégie de la compagnie. En tant que compagnie nationale de la République de Maurice, Air Mauritius est une vitrine de l'île, et a donc voulu faire évoluer son logo pour représenter la compagnie dans sa démarche de modernité, de sophistication et de convivialité.

« Depuis notre création en 1967, le paille en queue a été l'emblème de la compagnie. Ce logo, cher aux Mauriciens, ne pouvait en aucun cas être remplacé. Nous avons en revanche souhaité donner plus de dynamisme et de modernité à cette « icône » de notre île. L'univers graphique qui l'accompagne décline notamment les quatre bandes de notre drapeau national, marquant l'attachement de la compagnie à son île. Cette nouvelle identité visuelle sera progressivement déclinée sur nos avions, ainsi que l'ensemble de nos outils de communication » a déclaré **Manoj R.K Ujoodha, G.O.S.K., CEO** d'Air Mauritius, lors d'une présentation de la nouvelle identité visuelle à la presse, cet après-midi, en la présence du Président du conseil d'administration, **M. Sanjay Bhuckory**.

Depuis quelques années, Air Mauritius est au cœur de plusieurs défis : l'ouverture du ciel, donnant naissance à une nouvelle concurrence, les objectifs touristiques volontaristes de l'île, mais aussi la pression économique née en particulier de la volatilité des cours du pétrole et des monnaies... Compagnie nationale mauricienne, Air Mauritius fait face à ces défis, mais saisit aussi ces opportunités, en adaptant sa stratégie, avec d'importants changements pour la compagnie.

Toutes ces évolutions mettent en perspective la stratégie d'Air Mauritius, qui s'affirme comme la référence de l'océan indien et l'acteur clé du développement touristique de l'île. Les autorités mauriciennes ont prévu un doublement du nombre de touristes à moyen terme. Et Air Mauritius s'engage à contribuer à ce mouvement, tout en améliorant continuellement sa qualité de service et son niveau de prestations.

A propos d'Air Mauritius :

Air Mauritius est la compagnie nationale mauricienne. Créée en 1967, elle dessert plus de 24 destinations sur 4 continents avec une flotte de 5 Airbus A340-300, 2 Airbus A340-300E, 1 Airbus A330-200, 2 Airbus A319 et 2 ATR 72-500. Air Mauritius a transporté 1,3 millions de passagers lors du dernier exercice financier de la compagnie, ce qui représente plus de 55% des passagers à l'aéroport international Sir Seewoosagur Ramgoolam, Maurice. Première compagnie Mauricienne et cinquième de l'Océan Indien, Air Mauritius emploie 2800 salariés et est un catalyseur important pour les secteurs clés de l'économie mauricienne et, en particulier, celui du tourisme.

Informations sur le nouvel univers visuel d'Air Mauritius :

Le paille en queue :

- Le pictogramme à été retravaillé. Il est maintenant plus figuratif, avec des courbes renforçant son énergie et sa convivialité.
- L'oiseau est figuré en vol, traduisant un sentiment de mouvement invitant au voyage.
- Plus compact, il ne comprend qu'une séparation unique entre le corps et l'une des ailes.

La couleur :

Le rouge a été légèrement densifié, donnant un effet statuaire plus affirmé en même temps qu'un plus grand impact.

La typographie :

- Combinant majuscules et minuscules, elle suggère à la fois statut et proximité.
- En italique, elle suggère dynamisme.

Des codes visuels identitaires :

- Pour renforcer l'identité et la spécificité mauricienne de la compagnie, un motif inspiré des quatre bandes du drapeau mauricien viendra marquer l'ensemble de ses outils de communication. Il évoque un drapeau au vent ou une vague invitant au voyage et à la rencontre.
- L'iconographie privilégiera de grandes photos mettant en scène l'île et les Mauriciens.

17 novembre 2008