



Corsair dévoile une nouvelle identité de marque pour incarner sa montée en gamme

Paris, le 24 Juin 2025 : Corsair, compagnie aérienne française spécialisée dans le long-courrier, renouvelle son identité visuelle, reflet de sa transformation et de la montée en gamme de l'expérience client qu'elle opère. Ce rebranding s'inscrit dans une dynamique de modernisation engagée depuis 2021 portée par le renouvellement complet de la flotte d'avions, au service d'une montée en gamme assumée, d'un engagement environnemental renforcé et d'une expérience client réinventée.

Depuis plusieurs années, Corsair a engagé une transformation en profondeur de son modèle, portée par le renouvellement de sa flotte, l'amélioration continue de l'expérience à bord et le développement de services au sol. Aujourd'hui une nouvelle identité visuelle plus moderne et élégante, pensée comme le prolongement naturel de cette évolution vient porter les valeurs chères à Corsair : Une compagnie attentive, engagée, et résolument tournée vers la qualité de service.

« Changer d'identité de marque n'est jamais anodin dans l'histoire d'une entreprise : c'est un acte fort, porteur de sens, qui traduit une évolution, une vision renouvelée et des ambitions affirmées pour l'avenir. Cette nouvelle identité traduit une étape importante pour la compagnie Corsair car elle nous aide à poindre le cap. Elle a été chaleureusement accueillie par les collaborateurs de la compagnie, dont on connaît toute l'importance : ils sont les premiers garants de notre image et nos meilleurs ambassadeurs au quotidien. » Karen Levy, Directrice Expérience client et Communication

Une identité repensée, fidèle à l'histoire et résolument tournée vers l'avenir

La nouvelle identité visuelle de Corsair traduit un changement d'esprit clair : un logo simplifié, modernisé, pensé pour renforcer sa lisibilité et affirmer son positionnement.

Sans rompre avec son histoire, la marque adopte un design plus épuré et statuaire, en cohérence avec l'élan engagé depuis plusieurs années.

Fondée en 1981 sous le nom de Corse Air, la compagnie devient Corsair en 1990. Elle rejoint ensuite le groupe TUI, acteur majeur du tourisme européen, avant de prendre un nouveau tournant en 2021 avec son rachat par un consortium d'actionnaires privés, majoritairement ultramarins. Ce changement de gouvernance marque une nouvelle étape dans l'histoire de la compagnie, en renforçant son ancrage dans les territoires qu'elle dessert prioritairement dans les Outre-mer. Corsair dessert depuis Paris-Orly les Caraïbes (Martinique, Guadeloupe, Saint Barthelemy), l'océan Indien (La Réunion, Mayotte, île Maurice, Madagascar) et l'Afrique de l'Ouest (Abidjan, Cotonou, Bamako). Elle est également la seule compagnie aérienne à proposer des vols vers l'Outre-mer au départ de la province, notamment depuis Nantes, Bordeaux, Lyon et Marseille.

Au cœur de cette refonte : une gamme de bleus retravaillée, inspirée des teintes déjà présentes sur les Airbus A330neo de la flotte. Ces nuances, évoquant le ciel, la mer et l'océan, font écho aux territoires desservis par la compagnie. Cette palette ancre visuellement Corsair dans son univers géographique et renforce la cohérence entre la marque et ses appareils.

Autre élément graphique emblématique : la Neoline, courbe rouge élégante directement inspirée de la silhouette des Airbus A330neo. Symbole de mouvement, elle incarne le renouveau de Corsair tout en soulignant la dynamique de la marque.

La refonte s'accompagne également d'un travail en profondeur sur les parcours clients en aéroport. Une nouvelle signalétique et une organisation visuelle repensée permettront de mieux guider les passagers, de hiérarchiser les espaces et d'améliorer le confort visuel à chaque étape du voyage. Ce déploiement se fera progressivement, en garantissant une ligne graphique claire et homogène sur tous les points de contact avec les clients.

Une montée en gamme visible à chaque instant de votre voyage

Cette nouvelle identité s'inscrit dans une stratégie de montée en gamme déjà solidement engagée par Corsair depuis quelques années. La compagnie dispose aujourd'hui d'une flotte homogène d'Airbus A330neo, appareils de dernière génération reconnus pour leurs performances environnementales et leur haut niveau de confort. Grâce à cette flotte renouvelée, Corsair propose une expérience de voyage moderne, silencieuse et plus respectueuse de l'environnement.

À bord, chaque détail a été repensé pour offrir un confort accru et un service attentif. Les cabines de ces appareils proposent des sièges plus ergonomiques, des espaces optimisés, des systèmes de divertissement de dernière technologie et une connectivité wifi. L'expérience culinaire fait également l'objet d'un soin particulier, avec une offre de restauration soignée, renouvelée régulièrement, et une carte des vins et spiritueux élaborée avec des experts, reconnue parmi les meilleures du marché.

Au sol, la montée en gamme se poursuit avec le déploiement de services personnalisés. À Paris-Orly, les passagers peuvent bénéficier d'un accueil premium grâce au partenariat avec MyDriver, qui propose un service "Meet & Greet" dès leur arrivée à l'aéroport, garantissant une prise en charge fluide et un parcours simplifié. Par ailleurs, le partenariat avec Hertz permet aux clients de profiter d'une offre de location de véhicules enrichie, avec des prestations haut de gamme adaptées aux besoins des voyageurs les plus exigeants.

Corsair confirme ainsi son positionnement de compagnie régulière française ambitieuse, fidèle à ses engagements, proche de ses territoires et soucieuse d'apporter à ses passagers une expérience de voyage moderne, harmonieuse et toujours plus qualitative.

Une stratégie alignée avec la promesse « Voyagez en bonne compagnie »

Cette nouvelle identité incarne les valeurs d'attention, de service et d'élégance de Corsair. Elle traduit la volonté de la compagnie de proposer à ses clients une expérience fluide, harmonieuse et mémorable, fidèle à sa promesse de marque. C'est pourquoi la signature « Voyagez en bonne compagnie », porteuse des valeurs de bienveillance, de soin du détail et d'exigence a été retenue. Conçue par l'agence immersive ALB DESIGN, fondée par Vladimir Mazur, cette nouvelle signature s'appuie sur une approche sur-mesure et sensorielle, déjà mise au service de maisons de prestige

CORSAIR

comme LVMH. De la stratégie à l'expérience client, ALB DESIGN orchestre chaque projet comme une création protéiforme au service de l'ADN de marque.



02. RECOMMANDATIONS ET PROPOSITIONS MISE EN APPLICATION DE LA PALETTE COLORIELLE





À propos de Corsair

Corsair est une compagnie aérienne française régulière spécialisée dans le long-courrier. Elle dessert les Antilles (Guadeloupe, Martinique, Saint-Barthélemy), l'océan Indien (La Réunion, Mayotte, île Maurice, Madagascar) et l'Afrique de l'Ouest (Côte d'Ivoire, Bénin, Mali), au départ de Paris-Orly et de plusieurs villes de province (Lyon, Marseille, Bordeaux, Nantes).

Corsair s'appuie sur une flotte composée exclusivement d'Airbus A330neo, l'une des plus jeune au monde, et propose une offre triclasse moderne. Engagée dans une montée en gamme de ses services et dans une démarche de décarbonation, Corsair place la qualité de l'expérience client et la performance environnementale au cœur de sa stratégie.

Plus d'informations sur : <https://www.flycorsair.com/>

Contacts presse

Karen Levy – Directrice Expérience Client & Communication – klevy@corsair.gp

Gautier Rouquayrol – Responsable Réputation, Média et Influence – grouquayrol@corsair.fr - 07.63.62.59.87

Julie Fortun – Responsable Relations presse – jfortun@corsair.fr – 06.44.26.12.76