



Orly, le 23 juin 2025

Alors qu'elle fête ses 60 ans aux Pays-Bas et ses 18 ans en France, la marque Transavia opère un rafraîchissement pour devenir plus forte et moderne

Dans un contexte de croissance et avec de grands challenges à venir, Transavia se trouve à un moment clé de son histoire. La marque partagée par les deux compagnies sœurs Transavia France et Transavia Pays-Bas, s'offre une mise à jour subtile tout en gardant son identité forte. Avec un logo plus moderne et une nouvelle livrée, le premier avion qui bénéficiera du rafraîchissement de marque est actuellement en construction chez Airbus et rejoindra la flotte à partir d'octobre 2025.



En 2025, Transavia Pays-Bas fêtera ses 60 ans tandis que Transavia France vient tout juste de fêter ses 18 ans. Les 2 compagnies arrivent donc à un moment particulier de leur histoire où les défis sont nombreux : renouvellement de la flotte, diversification de leur réseau et de leur clientèle. Autant de défis qui nécessitent le soutien d'une marque forte et moderne.

Dix ans après s'être dotée d'une nouvelle identité de marque, Transavia fait ainsi peau neuve : Nouveau logo plus audacieux et statuaire, couleur qui évolue vers un vert plus doux, nouvelle livrée, nouveau site internet, nouvelle signalétique en aéroport...

Sous l'impulsion du Groupe Air France KLM, le projet a été mené en collaboration entre les 2 compagnies aériennes et l'agence de design hollandaise Dumbar, Les équipes Marketing, Expérience Client, Digital et la Direction du Personnel Navigant Commercial ont travaillé en synergie pour rendre la marque plus robuste et moderne.

Transavia garde pour autant ses composants importants de son identité qui contribuent à sa visibilité : le nom, le symbole visuel de la marque et la couleur verte, reconnus et appréciés de ses clients, demeurent.

« Comme toute marque, nous souhaitons évoluer avec notre temps. Transavia poursuit sa trajectoire de croissance. Nous sommes en train de changer de dimension. Avec pour objectif de devenir la compagnie low-cost préférée des Français, notre cœur d'activité ne se limite plus aux destinations loisirs. Notre réseau s'agrandit, notre clientèle se diversifie. Nous avons donc à cœur d'endosser ce rôle d'acteur aérien majeur et cela passe par une nouvelle identité de marque robuste et moderne. Nous avons hâte d'accueillir notre premier Airbus A320neo re-brandé en octobre 2025. » déclare **Nicolas Henin, Directeur Général Adjoint Commercial et Marketing chez Transavia France.**

Plus d'informations sur www.transavia.fr
Retrouvez Transavia sur l'ensemble des réseaux sociaux



A propos de Transavia

Transavia, la compagnie low-cost du groupe Air France-KLM, opère près de 200 lignes aériennes au départ de la France (Orly, Nantes, Lyon et Montpellier), des Pays-Bas (Amsterdam, Rotterdam, Eindhoven) et de la Belgique (Bruxelles) à destination de la France, de l'Europe et du bassin méditerranéen. En 2024, Transavia France a vendu 14 millions de sièges. Elle est aujourd'hui la première compagnie low-cost au départ de Paris (Beauvais, Roissy, Orly). Avec plus de 3200 collaborateurs en France, Transavia met au cœur de ses engagements la qualité de ses services, la proximité de ses équipages et l'innovation. Un parti-pris qui lui vaut d'être régulièrement récompensée. Au classement Skytrax 2024 - Transavia est la 2ème meilleure Low Cost en Europe, et la 5ème à l'échelle mondiale. Pour la cinquième année consécutive, Transavia France a été élue Service Client de l'Année 2025 dans la catégorie Transport collectif de voyageurs. Elle a également obtenu pour la sixième fois le label Meilleure Enseigne par le magazine Capital, et reçu le trophée Qualiweb 2025 pour ses services en ligne dans la catégorie Tourisme et Transport. Enfin, Transavia France a reçu le Travel Trust Award de Skyscanner, pour les meilleures expériences de réservation.

CONTACTS PRESSE :

md@alquiercommunication.fr

Matthieu Degrave / 06 99 41 39 94

vd@alquiercommunication.fr

Vincent Dujardin / 07 86 91 65 59