



AIR CARAÏBES INAUGURE L'ÈRE DU « NÉO CARIBÉEN »

Une identité neuve, encore plus vraie, plus vive et toujours haute en couleurs

Paris-Orly, le 14 septembre 2026 — Chez [Air Caraïbes](https://www.aircaraibes.com), la destination a toujours compté. Mais la Caraïbe ne se résume pas à un lieu : elle se vit, se partage et se ressent. Depuis 2003, la compagnie relie la France hexagonale aux Antilles, à la Guyane et à la Caraïbe. Aujourd'hui, elle franchit une nouvelle étape et dévoile à l'IFTM Top Résa sa nouvelle identité de marque : **le Néo Caribéen**. Plus qu'un concept, c'est une déclaration : celle d'une compagnie plurielle qui a choisi de ressembler à tous ceux qui la choisissent. À travers **cette vision affirmée de son identité et de son ancrage, elle ne survole plus la Caraïbe : elle l'incarne**.

Une marque qui affirme son positionnement

Plutôt que de suivre les tendances, Air Caraïbes a simplement choisi d'affirmer ce qui fait sa singularité : un ancrage fort dans les territoires qu'elle dessert et l'engagement des femmes et des hommes qui le font vivre.

« Cette nouvelle identité traduit notre volonté de rester fidèles à ce que nous sommes tout en nous projetant vers l'avenir. Elle exprime notre personnalité, notre culture caribéenne et la manière unique dont nous concevons le voyage et l'accueil de nos clients : chaleureuse, humaine et haute en couleurs. » explique Karen VIRAPIN, Directrice générale d'Air Caraïbes.

Le « Néo Caribéen », nouveau territoire d'expression de la marque

Développé avec l'agence Lions&Lions, le Néo Caribéen tourne le dos aux clichés de carte postale et propose une vision contemporaine et décomplexée de la Caraïbe. Il préfère la lumière d'un coucher de soleil à Grande Anse, une trace sur les flancs de la Montagne Pelée, les nuances de turquoise qui changent d'heure en heure à l'Anse Marcel. **Une Caraïbe habitée, vivante et vibrante qui assume ses racines tout en regardant vers l'avenir**

Sa première expression prend la forme d'une campagne de communication **mettant à l'honneur les femmes et les hommes qui incarnent la compagnie : celles et ceux qui accueillent, rassurent et veillent sur chaque client. Des visages, des gestes, des attentions et des sourires qui sont, depuis toujours, la vraie signature d'Air Caraïbes**.



Au cœur de cette nouvelle identité, la couleur demeure un marqueur essentiel. **Plus qu'un parti pris visuel, elle exprime l'évasion, l'accueil et la richesse des expériences proposées par Air Caraïbes. Depuis toujours, la compagnie tient sa promesse en trois mots : Haute en couleurs. Le Néo Caribéen ne l'habille pas. Il la remet au centre.**



Une plateforme de marque au service du développement

Révlée au grand public à l'occasion de l'IFTM Top Résa, cette nouvelle identité sera progressivement déployée sur l'ensemble des prises de parole de la compagnie : campagnes publicitaires, supports commerciaux, plateformes digitales, réseaux sociaux, points de vente, réseau de distribution et espaces aéroportuaires. **L'objectif est simple : renforcer l'identification et la préférence de marque, resserrer le lien avec les clients, accompagner la croissance de la compagnie sur ses marchés.**

Air Caraïbes ne choisit plus entre héritage et modernité. Elle les fait voler ensemble. Plus que jamais, une compagnie Haute en couleurs.

Pour plus d'informations : www.aircaraibes.com

Télécharger les visuels de la campagne [ici](#)

À propos d'Air Caraïbes

Air Caraïbes est depuis plus de 25 ans un acteur de référence du transport aérien entre la France hexagonale, les Antilles françaises, la Guyane et la Caraïbe. La compagnie est profondément ancrée dans les territoires qu'elle dessert : elle en porte les valeurs d'accueil, de convivialité et emploie en Outre-Mer 700 collaborateurs sur les 1250 que compte l'entreprise en 2026. Compagnie du groupe familial Dubreuil, Air Caraïbes opère une flotte moderne composée principalement d'Airbus A350-900 et A350-1000 de dernière génération, mais aussi des Airbus A330-300 et ATR 72-600. En 2025, la compagnie a transporté 1,62 million de passagers sur ses lignes transatlantiques et sur son réseau régional inter-îles. Air Caraïbes complète sa connectivité grâce à une offre Train + Air reliant la province aux Caraïbes et à la Guyane via Paris Orly, un service air-mer vers Les Saintes et Marie-Galante avec navigAIR. Des accords de partage de codes avec ses compagnies partenaires, dont French bee sa compagnie sœur, lui permettent de proposer un réseau complémentaire de destinations à l'international.

[Se rendre sur le site Air Caraïbes](#)

Suivez-nous

[f](#) [@](#) [in](#) [d](#)

À propos du groupe Dubreuil

Présent sur 7 métiers, le groupe Dubreuil emploie 7 000 collaborateurs et a réalisé un chiffre d'affaires consolidé de 3,30 milliards d'euros pour 2025. Sur la période, le chiffre d'affaires se répartit comme suit entre les activités de la Distribution — l'Automobile (35% du CA), les Matériels TP (10%), le Machinisme Agricole (10%), les Énergies (7,5%), le Poids Lourd (1,3%) — de l'Hôtellerie (0,2%) et du Transport Aérien (36%). www.groupedubreuil.com

Contacts presse :

Stéphanie Trinh : st Trinh@articleonze.com | (0)6 08 68 55 74

Delphine Beauchesne : dbeauchesne@articleonze.com | (0)6 27 06 06 65