

En conséquence la Première classe et la classe Affaires sont remplacées par un service Affaires intercontinental hors pair, aux multiples attributs issus de la Première tels, les fauteuils-couchettes, une restauration haut de gamme sur fine porcelaine, les écrans vidéos personnels, les téléphones et téléco-pteurs bidirectionnels et également le transfert en limousine."

Air Canada a également défrayé la chronique récemment avec le lancement du "Daily News".

Qu'en est-il exactement?

"C'est un bulletin bilingue de 25 minutes regroupant les actualités et nouvelles du sport des réseaux français et anglais de Radio-Canada. Six jours par semaine, les enregistrements du midi sont livrés à Toronto, plaque tournante de la compagnie, pour diffusion sur tous les avions du réseau dotés d'équipement vidéo. Air Canada est de fait le seul transporteur aérien en Amérique du Nord à diffuser des nouvelles à la fois sur ses courts et longs courriers. Cette initiative connaît un éclatant succès."

La région Asie-Pacifique devient une destination de plus en plus populaire. Quels sont les projets d'Air Canada la concernant?

"Le prolongement de la ligne Vancouver-Londres jusqu'à New Delhi en novembre 1993 résulte d'un essor sans précédent de l'économie indienne. Cette nouvelle liaison permet à la très large communauté indienne de la Colombie britannique de jouir d'un accès direct à son pays d'origine. De plus, cette réaffectation de la flotte de Boeing 747 n'ampute en rien la capacité d'autres lignes."

En outre, notre alliance avec Korean Air marque nos débuts dans

la prestation de services passagers et fret transpacifiques réguliers. Grâce à ces vols en partage d'occupation, nous avons maintenant accès à la République de Corée, cinquième partenaire commercial du Canada dont l'économie de "dragon" asiatique prend de plus en plus de maturité."



L'équipe nationale du Canada à Lillehammer a voyagé avec Air Canada vers les Jeux olympiques d'hiver de 1994.

Et ailleurs dans le monde?

"Houston s'est greffé au réseau. C'est une plaque tournante de Continental Airlines et une grande ville-porte pour l'Amérique latine, stratégiquement positionnée pour tirer parti de l'Accord de libre-échange nord-américain. Le service Calgary-Chicago a également été rétabli et la liaison Winnipeg-Chicago autrefois uniquement la fin de semaine est devenue biquotidienne pour hausser le trafic de correspondance avec United Airlines."

Vous avez mentionné une importante alliance entre Continental Airlines et Air Canada en 1993. De telles alliances représentent-elles le succès futur de l'aviation civile?

"En ce qui concerne Air Canada, sans l'ombre d'un doute. Notre stratégie d'alliances évolutives se fonde sur la nécessité d'atteindre

une plus grande masse critique, un réseau d'une plus grande portée qui offre aux passagers comme aux expéditeurs la commodité d'un arrêt shopping ou d'un point de vente multiservice pour presque toutes les destinations.

En 1993 par exemple, nous avons concrétisé des alliances avec Continental Airlines, Air France et Korean Air, renforçant ainsi un puissant alignement comprenant déjà United Airlines, Cathay Pacific et, pour certaines lignes, Swissair, de même que 11 autres sociétés aériennes étrangères.

Aujourd'hui, nanti de deux solides alliés aux États-Unis et de partenaires multiples en Europe, au Moyen-Orient et en Asie, notre réseau comprend plus de 500 destinations, desservies par un nouveau système de

réserve interne inauguré au début de 1994."

Votre ouverture sur de nouvelles destinations en Pacifique va-t-elle nécessiter une expansion de votre flotte?

"Certainement. En fait, nous avons commandé six A340-300, livrables à compter de la fin de 1996 en remplacement de nos Boeing 747 les plus âgés. Ce transporteur, long-courrier par excellence, a une distance franchissable de plus de 12 300 kilomètres. C'est plus que suffisant pour effectuer sans escale Toronto-Séoul ou Osaka. De plus, il est exceptionnellement silencieux et plus économe en carburant que les avions qu'il remplacera."

Il semble qu'il y ait en effet un "nouveau Air Canada".

"Absolument. Et c'est plus qu'un simple slogan. C'est une belle réalité." →