

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

FRENCH BEE « ÉLUE MARQUE DE L'ANNÉE 2026 » PAR LES CONSOMMATEURS DANS LA CATÉGORIE « COMPAGNIE AÉRIENNE LOW-COST »

Paris-Orly, le 04 février 2026 - French bee, la première compagnie aérienne française spécialisée dans les vols long-courriers accessibles à tous, a été « Élué Marque de l'Année 2026 » à l'issue d'une évaluation menée exclusivement auprès des consommateurs.

Cette distinction, obtenue dès la première participation de la compagnie, vient reconnaître un modèle singulier sur le marché aérien.

Une reconnaissance du modèle French bee

Le modèle de French bee est clair : rendre le long-courrier accessible sans compromis sur l'expérience. La compagnie s'appuie sur une flotte 100 % Airbus A350, appareil dernière génération, offrant à la fois confort à bord, modernité des équipements et meilleure performance environnementale.

French bee fait le choix d'un modèle transparent et à la carte. Chaque passager compose son voyage selon ses besoins et ne paie que pour les services qu'il souhaite.

Ce fonctionnement permet de proposer des prix accessibles, y compris sur des destinations lointaines, tout en garantissant un niveau de confort et de service comparable aux standards du long-courrier.

Lors de la remise officielle du label qui s'est tenue le 3 février à La Grande Menuiserie à Paris, **Marc-Antoine Blondeau** directeur général de French bee, déclare : « *Être élue Marque de l'Année dès notre première participation est un marqueur important pour French bee. Cette distinction confirme la solidité de notre modèle : rendre le long-courrier accessible tout en garantissant une expérience de voyage unique, moderne et fidèle aux attentes de nos passagers. Elle vient saluer l'engagement quotidien de nos équipes et nous encourage à poursuivre le développement d'une offre accessible, sans compromis sur la qualité.* »

Un label de confiance fondé sur la voix des consommateurs

Créé en 1987 et aujourd'hui déployé dans près de 40 pays, le label Élu Marque de l'Année se distingue par une approche exigeante : un panel représentatif de consommateurs évalue les marques puis les compare au sein de leur catégorie.

L'étude combine l'expérience vécue et la perception de la marque autour de critères liés à l'usage et à la confiance, tels que l'intention d'achat, l'attractivité, l'innovation, l'engagement perçu en matière de RSE et la recommandation.

En étant élue Marque de l'Année 2026, French bee bénéficie d'une reconnaissance fondée exclusivement sur la voix des consommateurs. Cette distinction vient confirmer la solidité d'un modèle construit autour des attentes réelles des voyageurs et la capacité de la compagnie à s'imposer durablement sur le marché du long-courrier accessible, un marché particulièrement concurrentiel.



Dalila HAMMOU,
Directrice des Ressources Humaines
French bee

À propos de French bee

Créée en 2016, French bee est la première compagnie française à proposer un modèle long-courrier à tarifs accessibles. Filiale du Groupe Dubreuil Aéro, French bee dessert La Réunion, Tahiti, New York (Newark), San Francisco, Los Angeles, Miami, et Montréal depuis avril 2025, avec une flotte 100 % Airbus A350, appareil de dernière génération produisant le moins d'émissions de CO2 par passager. Son modèle à la carte permet aux voyageurs de composer leur expérience selon leurs besoins, sans compromis sur la qualité.

Contacts presse :

Simon Degas : simon.degas@corpcom.fr ; +33 6 47 84 11 02

Julie Laurent : julie.laurent@corpcom.fr ; +33 7 86 18 81 18