

Servair à l'honneur

Le magazine « Business Traveller » vient de récompenser Air France pour la qualité de la restauration à bord sur ses vols vers les Amériques, dont les prestations sont assurées par Servair.

Le magazine de référence « Business Traveller », édition allemande, a décerné à Air France le prix « Business Traveller Award » de la meilleure compagnie aérienne dans la catégorie « Restauration à bord sur les vols vers l'Amérique du Nord et Sud ». Cette récompense a été attribuée suite à une enquête auprès des lecteurs du magazine.

Servair assure la restauration à bord des vols d'Air France, et se félicite de cette distinction qui consacre ses efforts constants en faveur de la qualité, parce qu'un voyage, même professionnel, doit rester un plaisir et un plateau-repas peut être un excellent ambassadeur du bon goût.

Chaque année, ce sont plus de 45 millions de plateaux-repas pour 130 compagnies aériennes que Servair sert avec passion.

SERVAIR est la première entreprise française de restauration aérienne et du nettoyage. Au 3ème rang mondial avec ses partenaires et ses filiales, SERVAIR offre aux compagnies aériennes un ensemble de services indispensables aux métiers du transport aérien et du confort du passager. Ses exigences en termes de qualité et de savoir-faire conduisent SERVAIR à être une véritable force de proposition auprès de ses 130 compagnies clientes afin d'améliorer leur offre commerciale auprès de leurs passagers tout en respectant scrupuleusement les contraintes liées au transport aérien.

Filiale d'Air France, SERVAIR et ses filiales comptent 35 implantations et réalisent un chiffre d'affaires de plus de 597 millions d'Euros. Avec ses 8 339 collaborateurs, SERVAIR allie la logistique industrielle au souci de la bonne cuisine et du confort du passager.

Le réseau SERVAIR constitué de SERVAIR, de ses partenaires (FLYING FOOD GROUP aux Etats-Unis, SERVAIR AIR CHEF en Italie, NEWREST SERVAIR en Espagne) et de ses assistances techniques, compte plus de 70 implantations à travers le monde. Cette stratégie d'alliances lui permet de construire un réseau mondial respectueux des spécificités locales et de la personnalité de chaque compagnie.