



Alitalia si rinnova guardando al futuro

Comunicato stampa Alitalia

Alitalia ha presentato oggi il nuovo brand, la nuova livrea degli aerei e la nuova visual identity ai suoi dipendenti, ai media internazionali e ai propri stakeholder istituzionali e di business. Le novità sono state presentate nel corso di un importante evento svoltosi a Roma Fiumicino, per più di 1.500 dipendenti di Alitalia, ai quali si è aggiunto il Presidente del Consiglio Matteo Renzi. La Compagnia ha anche illustrato una serie di novità, introdotte in tutte le proprie classi di viaggio sulla flotta di lungo raggio con l'obiettivo di riposizionarsi come leader nei servizi di alta qualità e come ambasciatore delle eccellenze italiane nel mondo. I nuovi sviluppi segnano un importante punto di svolta per la Compagnia, impegnata nel rilancio di tutte le sue attività su scala globale.



1

"La giornata di oggi rappresenta un momento importante nella storia di uno dei brand italiani più iconici al mondo" - ha dichiarato Luca Cordero di Montezemolo, Presidente di Alitalia - "Oltre alla nuova livrea degli aerei, abbiamo anche presentato i risultati del grande lavoro svolto per rendere più confortevoli gli interni delle cabine e per introdurre una forte innovazione nel servizio".

"La livrea dei nostri aerei viene universalmente associata all'Italia ed è considerata iconica e immediatamente riconoscibile. Tuttavia era chiaro che avesse bisogno di evolversi per portare Alitalia nel XXI secolo, in modo da realizzare i nostri ambiziosi obiettivi e rispondere alle più esigenti aspettative del mercato".

"Quello che vedete oggi è un esempio di stile italiano classico ma proiettato nel futuro, moderno e innovativo. Si tratta di ricongiungere Alitalia all'Italia e di contribuire a promuovere il nostro Paese nel mondo con uno sforzo collettivo a 360 gradi che vedrà impegnata tutta l'azienda".



2

Dopo 46 anni, per la prima volta scompare dalla fusoliera la tradizionale banda verde. La nuova livrea è quindi oggi dominata dalla "A" tricolore sul timone, resa ancora più grande con l'obiettivo di rappresentare la bandiera italiana nel mondo con ancora maggiore evidenza. Il disegno del marchio diventa più moderno, abbandonando il carattere corsivo per comunicare una nuova Alitalia più consapevole ed assertiva.

La fusoliera avorio perlato aggiunge un elemento di stile ed eleganza italiana al tutto, mentre una serie di bande che si inclinano progressivamente verso la coda dell'aereo conferiscono un senso di dinamismo e rapidità.

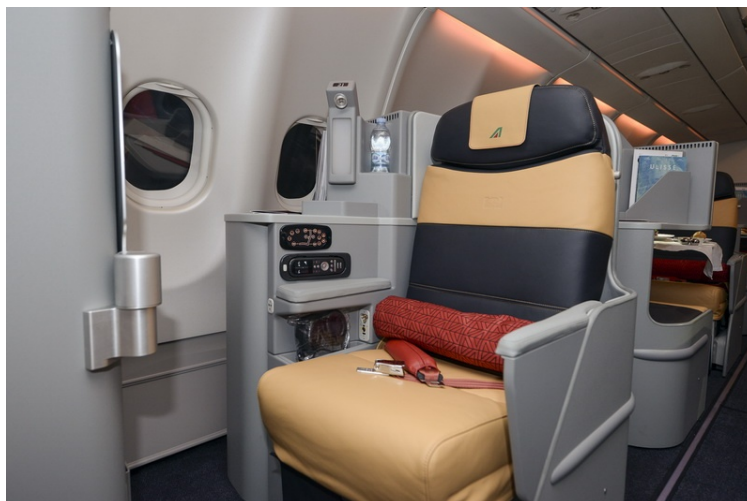


3

Il nuovo brand, vivace e contemporaneo, caratterizza anche le cabine degli Airbus, dei Boeing e degli Embraer della flotta di Alitalia, tra le più moderne in Europa. I nuovi interni sono più freschi, eleganti e dall'inconfondibile gusto italiano, con dettagli di design che richiamano quelli delle più prestigiose auto sportive.

A bordo sono presenti importanti marchi italiani, quali i pellami Poltrona Frau, che ha disegnato i rivestimenti delle poltrone della nuova Business Class, le lenzuola Frette, le porcellane Richard Ginori e i kit di prodotti di benessere Ferragamo.

4



La nuova esperienza di volo pone l'accento su una più ampia possibilità di scelta per chi viaggia, sull'innovazione, sulla qualità e soprattutto su una rinnovata attenzione a come gli ospiti possono rilassarsi, mangiare e utilizzare i sistemi di intrattenimento di bordo. A partire da oggi, la connettività Wi-fi verrà progressivamente messa a disposizione su tutti gli aerei a lungo raggio, insieme a gallerie di film rinnovate e ad altre fonti di intrattenimento.

5



Silvano Cassano, Amministratore Delegato di Alitalia ha dichiarato: "Con la nostra nuova livrea abbiamo reso migliore e più incisiva la nostra immagine di brand, mentre con i nuovi servizi abbiamo dato grande impulso all'offerta ai nostri ospiti, che oggi sono al centro di tutto quello che facciamo".
"Abbiamo sviluppato questo nuovo approccio per offrire e rappresentare il meglio dello stile e dell'ospitalità italiana, prendendo anche ispirazione dai centri di eccellenza presenti nelle compagnie del network Etihad Partners".
"Il risultato è un modello di servizio che racchiude le migliori esperienze globali, mantenendo un gusto inconfondibilmente italiano".
Secondo Silvano Cassano, il fattore principale per il successo della nuova Alitalia è rappresentato dalla professionalità e dall'impegno dei propri dipendenti. "Stiamo entrando in una nuova era. I nostri investimenti in formazione non hanno precedenti nella storia di Alitalia. Coinvolgiamo migliaia di colleghi, per assicurarci che tutti abbiano gli strumenti adeguati per conseguire i più alti standard del settore".



6

James Hogan, Vice Presidente di Alitalia e Presidente e Amministratore Delegato di Etihad Airways ha dichiarato: "La vecchia Alitalia aveva un buon brand ma era in difficoltà sotto il profilo del business. Adesso siamo sulla strada giusta per assistere alla rinascita di questa compagnia così rappresentativa, oggi avviata verso una nuova stagione di successi commerciali". "I passi compiuti dal management di Alitalia negli ultimi cinque mesi sono stati ammirevoli. Quella che vediamo oggi è un'azienda più sicura delle proprie capacità. Per la nuova Alitalia, il futuro è luminoso".

All'Airbus A330 che ha mostrato oggi la nuova livrea è stato dato il nome di Artemisia Gentileschi. Vissuta del XVII secolo, Artemisia è considerata la più importante artista classica italiana, oltre che un simbolo di coraggio e di dignità.

Il nuovo aereo presentato oggi effettuerà il suo primo volo di linea domani 5 giugno, da Roma ad Abu Dhabi, con rientro a Milano.



7

L'annuncio di oggi si colloca al termine dei primi cinque mesi di successo della partnership con l'azionista di minoranza Etihad Airways, durante i quali le due compagnie hanno condiviso più di 70.000 ospiti su un numero crescente di voli in codesharing. In aggiunta alla crescita di fatturato derivante dalle nuove rotte dirette e in codesharing, Alitalia beneficerà di ampie sinergie che nel 2015 varranno più di 15 milioni di dollari. Queste sinergie saranno rafforzate da investimenti in soluzioni tecnologiche condivise e sul continuo scambio di best practices tra le due compagnie aeree.



Comunicato stampa Alitalia - 04 giugno 2015

- Iscriviti alla [newsletter quotidiana gratuita di FERROVIE.IT](#) per ricevere tutte le mattine le ultime notizie.
- Unisciti al nostro [canale WhatsApp](#) per aggiornamenti in tempo reale.

Ferrovie.it è dal 1997 il web magazine italiano dedicato alle ferrovie reali ed al modellismo ferroviario. E' vietata la riproduzione, anche parziale, di ogni contenuto del sito senza preventiva autorizzazione scritta della redazione. [Informativa sui cookie](#).
(C) Ferrovie.it - Roma - P.I. 08587411003