

Alitalia presenta anche a Malpensa la nuova livrea

Pubblicato: Venerdì 5 Giugno 2015



E dopo Fiumicino, Malpensa. E' stata presentata questa mattina alle 13, nella Sala Albinoni del Terminali 1 dell'aeroporto di Malpensa la nuova livrea di Alitalia. Alla presenza di James Hogan, vicepresidente di Alitalia ed amministratore delegato di Ethiad Airways e Silvano Cassano, amministratore delegato di Alitalia, la compagnia ha mostrato i nuovi colori dell'airbus 330 e le novità previste per il rilancio dell'azienda già annunciate ieri a Fiumicino vale a dire l' accordo con i sindacati per la riassunzione di 310 dipendenti. (nella foto di Marco Bianchi l'arrivo questa mattina alle 7 dell'A330 a Malpensa).

L'amministratore delegato di Alitalia, **Silvano Cassano**, durante la conferenza stampa di presentazione della nuova livrea del gruppo a Malpensa ha ammesso gli errori del passato e ha dichiarato :”Siamo determinati a riprenderci il traffico che abbiamo abbandonato nel passato”. **E per quanto riguarda lo scalo varesino, Cassano ha detto che è destinato ad essere “il nostro hub europeo per il cargo in Europa”**. L'Italia è il secondo Paese industriale d'Europa, dobbiamo sviluppare il cargo, stiamo negoziando con Sea e siamo soddisfatti degli sviluppi che vogliamo imprimere a questo aeroporto”.

Qualche curiosità sul nuovo look

La società di **design Landor** ha ricevuto il compito di creare un nuovo look, giovane e seducente, per rappresentare i piani ambiziosi della compagnia aerea, utilizzando elementi del design della precedente, famosa livrea, disegnata dalla stessa Landor nel 1969.

Silvano Cassano, Amministratore Delegato di Alitalia, ha dichiarato: “L’orgoglio che proviamo per Alitalia è tangibile. Da oggi, questo brand italiano per antonomasia sta iniziando un nuovo viaggio, con una livrea rinnovata e dotata delle infrastrutture e delle competenze per realizzare il suo vero potenziale. Questa nuova identità ci permetterà di portare lo stile unico e senza tempo di Alitalia in tutto quello che facciamo in giro per il mondo. Il brand Alitalia è oggi più potente che mai, e guarda al futuro con vigore e ottimismo”

“Le persone di Alitalia rimangono il cuore pulsante della nostra compagnia e incarnano perfettamente il nostro simbolo nazionale più amato. Rappresentano l’incredibile influenza culturale che nel mondo ha l’Italia, un paese famoso tanto per la sua storia, la sua generosità e la sua tradizione quanto per la sua capacità di innovare, per il suo stile e per la sua raffinatezza. Sarà la loro incredibile competenza a dare vita a questo brand”.

Per riflettere la longevità e la celebre storia della compagnia, il logo stilizzato, che ha caratterizzato Alitalia dalla prima importante operazione di rebranding 46 anni fa, è stato aggiornato e perfezionato, mantenendo il verde, il bianco e il rosso della bandiera italiana. Il nuovo logo è stato reso più moderno ed è stata introdotta una “A” più dominante, che rappresenta un coraggioso riferimento alle altezze che la compagnia è impegnata a raggiungere e la sua invidiabile esperienza nel settore dell’aviazione.

Aumentando il numero dei toni dei colori primari, la livrea rinnovata ora presenta una maggiore ricchezza e profondità. Traendo ispirazione in parte dalle linee delle auto da corsa della Formula 1, sono state aggiunte delle striature al triangolo interno rosso della “A” di Alitalia, creando un effetto gessato che rispecchia l’esclusività, la cura per i dettagli e una forte attenzione al design.

Le fusoliere sono dipinte in color avorio perlato, rappresentativo della sobrietà dello stile italiano, e presentano linee trasversali sfumate verso la coda dell’aereo per creare l’idea di movimento, di velocità e di progresso senza ostacoli. Il nuovo brand caratterizza anche gli interni degli Airbus, dei Boeing e degli Embraer della moderna flotta di Alitalia.

La Compagnia sta introducendo i nuovi elementi del brand ispirati e influenzati dall’artigianato italiano e dal design di lusso automobilistico, creando interni semplici, puliti e eleganti. La ‘A’ stilizzata compare in modo sobrio sui rivestimenti della cabina e sugli arredamenti interni, come tende, poggiatesta e cuscini. **Le poltrone della Business Class sono rivestite in pelle pregiata fornita da “Poltrona Frau”, brand italiano leader nel campo degli arredamenti.** Le nuove poltrone, finemente cucite, richiamano gli interni delle auto sportive di lusso. Per crearle sono state utilizzate diverse tonalità di colore al fine di migliorare la sensazione di una qualità e una eleganza superiori.

Redazione VareseNews
redazione@varesenews.it