



Gruppo Azimut|Benetti al Cannes Yachting Festival 2015

Sedici modelli in esposizione, di cui tre anteprime mondiali. Nuove strategie, investimenti per lo sviluppo e una rinnovata brand identity per enfatizzare la propria mission di marca del lusso del “Made in Italy”.

Allo Yachting Festival di Cannes (8-13 Settembre 2015) il Gruppo Azimut Benetti inaugura la stagione nautica mondiale con una gremita conferenza stampa. Solidità finanziaria e crescita, innovazione investimenti, nuova strategia di marketing i temi trattati.

Gli highlights:

- **Solidità finanziaria.** Proprietà interamente italiana. 650 milioni di valore di produzione (2013-2014), +10% sull'anno precedente. Nessuna esposizione debitoria e posizione finanziaria netta +2 milioni di euro. 265 Azimut Yachts consegnati nella passata stagione e 50 Benetti superyacht in costruzione.
- **Innovazione e investimenti.** L'innovazione al centro della strategia per nuove tecnologie e nuove imbarcazioni. Continua il piano di investimenti da 105 milioni stanziato per il triennio 2014-2017 per nuovi modelli in tutte le gamme e nuove infrastrutture.
- **Nuova marketing strategy.** Rafforzamento della rete di concessionari nel mondo (+ 15 concessionari nell'anno appena concluso), nuova brand image con nuova campagna stampa e nuovo stand progettato dall'architetto di fama internazionale Michele De Lucchi autore dal Padiglione Zero dell'Expo 2015.

Cannes, 9 settembre 2015 - Il tradizionale appuntamento di Cannes (8-13 Settembre 2015) apre la stagione dei saloni nautici per il Gruppo Azimut|Benetti, indiscusso protagonista con 16 modelli di cui tre anteprime mondiali. Più solida la strategia di sviluppo con nuovi investimenti su prodotti, innovazione tecnologica e di processo. La brand identity si rinnova nel segno del design e del lusso italiano: ogni punto di contatto col cliente garantirà un'esperienza sofisticata.

I SEGNALI DEL MERCATO: BENE MIDDLE EAST, CHE COMPENSA LA FLESSIONE DELLA CINA. POSITIVI ANCHE CENTRO E SUD AMERICA. IN EUROPA SI RISVEGLIA IN PARTICOLARE L'AREA DEL MEDITERRANEO.

Con un valore della produzione previsto di oltre 650 milioni di euro, in aumento di circa il 10% rispetto all'anno precedente, 265 yacht consegnati e una posizione finanziaria in attivo, i risultati attesi della stagione nautica 2014-2015 evidenziano una tendenza positiva nelle vendite che può essere interpretata come un segnale di parziale ripresa del mercato.

Lo scenario di mercato si presenta estremamente articolato e dinamico per il Gruppo che, in un momento di relativa instabilità, ha comunque lavorato al rafforzamento della rete di dealer in tutto il mondo orientandosi sempre più verso una presenza diretta sul territorio con la finalità di presidiare i mercati non avvalendosi di un distributore multimarca, ma con una distribuzione esclusiva a marchio Azimut Yachts, in partnership con i migliori operatori di volta in volta presenti sui territori. Mercati direttamente presidiati, quindi, professionalità locali di eccezione, servizio ai clienti fornito

da personale diretto della casa madre ed esclusività del brand.

In Europa la stagione 2014/2015 si è chiusa con un aumento delle quote di mercato che in quest'area rappresentano un terzo totale dei volumi. Lo dimostra un aumento delle vendite dei nuovi modelli nella fascia fino ai 50'.

Centro e Nord America si confermano mercati di riferimento per il Gruppo, con un'interessante crescita dell'America Latina.

Lieve flessione dell'area Asia Pacifico, che risente dei recenti accadimenti economici nel territorio cinese. Si tratta, tuttavia, di un territorio in cui la presenza del Gruppo è salda e in cui mantiene l'assoluta leadership di mercato.

Molto interessante la ripresa nei Paesi del Middle East che hanno potuto beneficiare di una nuova ed efficiente rete di distribuzione.

In Brasile si registra un buon andamento delle vendite, leggermente penalizzato dalla svalutazione della moneta locale.

Da segnalare l'ottima stagione di Benetti con 18 contratti firmati di cui 5 per Custom sopra i 50 metri, che evidenziano l'efficace strategia commerciale e l'unicità della capacità produttiva dello storico cantiere italiano di Megayachts.

I NUOVI INVESTIMENTI PUNTANO ALL'INNOVAZIONE TECNOLOGICA E DI PROCESSO PER MIGLIORARE PRODUTTIVITA' E QUALITA' DEI PRODOTTI

L'ambizioso piano di investimenti punterà, com'è nella filosofia del Gruppo, a continuare ad innovare il prodotto e i processi produttivi, pilastro essenziale per lo sviluppo di barche all'avanguardia e di qualità. Il prodotto, quindi, al centro del processo di innovazione con interventi sostanziali mirati a migliorare comfort e prestazioni.

Principale filone d'innovazione del marchio Azimut è l'estensivo utilizzo della fibra di carbonio, che comporta una sostanziale riduzione dei pesi (fino al 30% per il nuovissimo Azimut Fly 72).

Secondo filone di ricerca è rivolto a trovare il migliore abbinamento tra carene e propulsioni.

Azimut 55S e 77S progettate per ospitare la tripla IPS, oltre ad offrire minori consumi e prestazioni, garantiscono un migliore utilizzo degli spazi e pertanto un maggior comfort (garage e maggiori volumi in cabina).

La seconda generazione della carena Dual mode - double chain, per il Magellano 66, garantisce maggior comfort ai diversi regimi di navigazione e consumi ridotti a basse velocità.

Continua il costante rinnovamento della gamma, che ha visto nell'ultimo anno il lancio di due modelli di successo nella fascia fino a 50', per proseguire oggi con i modelli Magellano 66 e Azimut 72 nella categoria tra 50' e 70', dove il brand Azimut è leader di mercato. Seguiranno in questa stagione il nuovo 66 flybridge e il Grande 112. Quest'ultimo si affianca a due modelli di grande successo commerciale nella fascia alta: Azimut 80 e Grande 95RPH.

Anche sui modelli Benetti la ricerca si è concentrata per garantire massimo comfort e prestazioni. L'ampio utilizzo di fibra di carbonio nella realizzazione di sovrastrutture, hardtop e rollbar ha permesso di ottenere ottimi risultati grazie alla riduzione di peso.

Le prestazioni del nuovo Benetti Vivace 125', sono l'eccellente risultato dell'abbinamento della nuova carena Fast Displacement di Benetti abbinata alla propulsione Azipodale.

In casa Benetti oltre ai numerosi Custom viene svelato a Cannes il nuovo progetto Mediterraneo 116.

GLI YACHT AL SALONE: UNA FLOTTA DI 16 IMBARCAZIONI E TRE ANTEPRIME MONDIALI. DEBUTTANO

AZIMUT MAGELLANO 66, AZIMUT FLY 72 E BENETTI VIVACE 125' FAST DISPLACEMENT.

Per quanto riguarda le novità di prodotto, la partecipazione al primo salone nautico della stagione avviene in grande stile. Il cantiere italiano si presenta con una flotta di 16 barche in esposizione, di cui due modelli Azimut Yachts e uno di Benetti in anteprima mondiale.

Azimut Magellano 66 condivide con i precedenti modelli della Collezione Magellano la caratteristica carena Dual Mode, giunta oggi alla sua terza generazione, che garantisce massimo comfort con qualsiasi condizione di mare. Volumi interni sorprendenti e la libertà di poter scegliere tra la versione navetta, con area galley e di comando chiusa e indipendente ovvero la versione aperta sul salone.

Azimut Fly 72 abbina due tecnologie costruttive all'avanguardia. Lo scafo e la coperta sono infatti realizzati totalmente in infusione di VTR mentre la tuga e il fly sono in fibra di carbonio puro, una scelta produttiva che determina un sensibile risparmio di peso, nell'ordine del 30%, sfruttabile per ottenere maggiori superfici calpestabili e più ampie volumetrie interne.

Ad entusiasmare gli appassionati del marchio Benetti, sarà il nuovissimo **Benetti Vivace 125' Fast Displacement**. Uno yacht widebody a tre ponti più il sundeck che si affianca all'ammiraglia della linea Fast Displacement, Veloce 140', e ad essa si ispira per tecnologia di costruzione, stilemi e organizzazione degli spazi.

La carena particolarmente performante è abbinata all'innovativa propulsione Azipodale che gli permette di raggiungere oltre 24 nodi.

Lungo 38,10 metri e largo 8,30 metri, costruito in composito e carbonio nel cantiere di Viareggio.

IMMAGINE DI MASSIMO PRESTIGIO ABBINATA AL TOP DEL DESIGN ITALIANO. LA NUOVA VISUAL IDENTITY DEGLI STAND AZIMUT SARA' CURATA DALL'ARCHITETTO MICHELE DE LUCCHI, MENTRE LA CAMPAGNA PUBBLICITARIA DEI DUE BRANDS PUNTA SULL' ECCELLENZA DEL LUSO ITALIANO.

Ogni punto di contatto con appassionati e armatori parlerà di lusso e stile italiani.

La collaborazione con lo studio di **Michele De Lucchi**, tra le maggiori firme dell'architettura italiana - basti citare la sua partecipazione alla progettazione del Padiglione Zero dell'EXPO e di edifici iconici come la Triennale di Milano, il Palazzo delle Esposizioni di Roma, il Neues Museum Berlin, le Gallerie d'Italia in Piazza della Scala a Milano - interpreta la volontà di rafforzare l'immagine Azimut Yachts posizionandola ai massimi livelli.

Anche arredi e oggettistica 'parleranno il linguaggio del design italiano' con firme come Artemide, Frau, Alias.

L'intera *brand identity* dei marchi Azimut Yachts e Benetti è stata rinnovata. Campagna pubblicitaria, sito web, cataloghistica e immagine dei saloni hanno l'obiettivo di trasferire i veri valori del Made in Italy in tutti i punti di contatto con il cliente. L'orgoglio di entrare a far parte di un mondo caratterizzato dallo stile e dall'eccellenza del 'Made in Italy' si trasformerà in un'esperienza di contatto con il marchio di ineccepibile livello. Oltre agli stand per esposizioni di settore, beneficeranno di un completo restyling showroom dei dealer, clubhouse e location di lusso che rappresentano il Gruppo nel mondo.

NELLA FOTO: GIOVANNA VITELLI
