



Nuova stagione per Ferretti group comincia da Cannes, 4 world premiÃre e novitÃ per clienti

Descrizione

(Adnkronos) â Prende il via la stagione dei saloni del Mediterraneo e Ferretti Group si presenta al Cannes Yachting Festival con una flotta di 22 imbarcazioni, tra cui quattro world premiÃre per i marchi Itama, Riva, Custom Line. Ad accogliere i visitatori allâingresso del Salone anche Riva Iseo

Lâevento conferma la capacitÃ del Gruppo di presidiare tutti i principali segmenti della nautica di lusso grazie allâampiezza e alla forte identitÃ dei suoi sette brand, uniti da innovazione costante, qualitÃ assoluta ed eccellenza Made in Italy. Il Salone francese, tra gli appuntamenti piÃ prestigiosi della nautica internazionale e in programma fino al 13 settembre, si Ã aperto con la tradizionale conferenza stampa di Ferretti Group, occasione per presentare le principali novitÃ e condividere le direttrici strategiche della nuova stagione nautica. Al centro della strategia continua a esserci la capacitÃ di interpretare lâevoluzione del mercato attraverso prodotti sempre piÃ distintivi, sostenuti da competenze, investimenti e da un patrimonio di persone e talenti che rappresentano uno degli asset fondamentali del Gruppo.

Ã proprio questo il significato del nuovo claim âWe Are Yachtingâ, che accompagna Ferretti Group in questa fase: mettere al centro le persone e i talenti di un gruppo nautico protagonista a livello internazionale. Un patrimonio fatto di competenze, passione, cultura del prodotto ed eccellenza manifatturiera: elementi che ogni giorno danno forma a barche iconiche. Sul piano del rapporto con la clientela, Ferretti Group rafforza il legame con gli armatori annunciando un importante ampliamento della tutela ufficiale prevista sulle nuove imbarcazioni. Alla garanzia standard si affianca infatti lâestensione limitata â+1 Year Ferretti Quality Promiseâ, che aggiunge un ulteriore anno di copertura sulle barche dei brand del Gruppo. Questo periodo supplementare Ã stato concepito per tutelare in modo mirato gli ambiti in cui Ferretti Group esercita il controllo diretto su progettazione, maestria artigianale, installazione e affidabilitÃ complessiva del prodotto. Una scelta che consolida ulteriormente la promessa di qualitÃ del Gruppo e la relazione di fiducia con i propri armatori.

“Cannes” il luogo in cui il mondo della nautica si ritrova e dove Ferretti Group presenta quello che sette brand straordinari, sette cantieri italiani e migliaia di persone di talento sanno creare. Quest’anno arriviamo con quattro premi“re mondiali e oltre 20 yacht, ma per me il vero messaggio va ben oltre il numero di barche. La nostra ambizione “ molto semplice: condurre Ferretti Group dall’eccellenza al primato assoluto. Questo significa brand pi“ forti e distintivi, un processo di innovazione pi“ rapido, una qualit“ senza compromessi e, soprattutto, un’esperienza armatoriale che non si conclude alla consegna dello yacht. Non ci limitiamo a costruire yacht, ma creiamo tempo, ricordi e serenit“, che sono fra i lussi pi“ rari al mondo. Da Cannes a Monaco, continueremo ad elevare gli standard che i nostri armatori si aspettano da noi. Ecco cosa significa davvero per me “We Are Yachting”: sette brand diversi, migliaia di svariati talenti, un’unica passione e ambizione: essere il punto di riferimento per questo settore”, ha commentato Stassi Anastassov, Global Chief Executive Officer, Ferretti Group.

Le world premi“re presenti a Cannes: innovazione, stile e visione progettuale Riva si prepara a conquistare la scena dei grandi saloni nautici internazionali con due nuovi modelli che raccontano, su dimensioni e concept diversi, la capacit“ unica e inconfondibile di reinterpretare costantemente lo stile e la visione progettuale. Al Cannes Yachting Festival, Riva presenta in anteprima mondiale Riva 56“ Rivale Super e Riva 96“ Argo Super, due evoluzioni di modelli di grande successo che esprimono in chiave contemporanea la perfetta combinazione di sportivit“, eleganza e connessione con il mare che caratterizza il brand.

Itama 70 “ invece il secondo modello del percorso di rinnovamento della gamma, un nuovo yacht da 70 piedi che esalta la vivibilit“ a bordo attraverso soluzioni che massimizzano il comfort, mantenendo intatto il carattere sportivo e l’eleganza senza tempo, tipici di Itama. In una cornice di assoluto prestigio, Custom Line celebra il suo trentesimo anniversario presentando la world premi“re Custom Line Navetta 35, nuovo capolavoro della linea dislocante. Con 34,5 metri di lunghezza e 7,7 metri di baglio, Custom Line Navetta 35 nasce dalla collaborazione tra il Comitato Strategico di Prodotto e il Dipartimento Engineering di Ferretti Group, con la consulenza strategica di Custom Line Atelier, che ha accompagnato la definizione e lo sviluppo dello stile degli interni. Il design degli esterni “ firmato dall’architetto Filippo Salvetti, mentre l’interior architecture “ stata sviluppato dallo studio ACPV ARCHITECTS Antonio Citterio Patricia Viel.

Si affianca alle world premi“re anche la nuova versione di Ferretti Yachts 720, uno dei modelli di maggior successo della gamma flybridge, che sviluppa ulteriormente il concetto “Just Like Home” attraverso ambienti ancora pi“ luminosi, spaziosi e funzionali “ frutto della collaborazione fra il Comitato Strategico di Prodotto e il Dipartimento Engineering Ferretti Group, con il contributo dell’architetto Filippo Salvetti per gli esterni e di IdeaelItalia per gli interni.

Grande attesa anche per Pershing GTX90, presentato in conferenza stampa, che amplia la gamma GTX con un nuovo modello nel segmento 90-100 piedi. Uno Sport Utility Yacht che racchiude tutti gli elementi distintivi della serie dando vita a una perfetta combinazione di comfort, vivibilit“ e sportivit“.

Come ogni anno, ad accompagnare Ferretti Group nei giorni di Salone ci sar“ un’esclusiva selezione di brand del lusso nazionali e internazionali: Range Rover, partner automotive ufficiale, che

trasporterÃ a bordo dei suoi modelli di punta clienti ed armatori, Flexjet, leader nella business aviation, seguiti da Frette, Venini, Lanerossi e Zimmer+Rohde, mentre RODA e Nodoitalia firmano gli eleganti arredi da esterno. Tra i partner italiani, Dolce&Gabbana, che ha fornito le uniformi per il team Ferretti Group, Lavazza con le nuove intense creazioni, insieme a La Scolca e Ruinart che proporranno selezioni pregiate di vini e champagne. Completano il gruppo dei partner lo Yacht Club de Monaco, Bang & Olufsen, Atelier Rebul con i diffusori e i prodotti bagno, Cassigoli, e Limentani per soft decor, e Seabob con i water toys personalizzati.

â??

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Settembre 8, 2026

Autore

redazione

default watermark