

Alitalia inaugura la sua nuova esperienza di bordo sui voli a lungo raggio

Roma, 4 giugno 2015 – In concomitanza con il lancio della sua nuova livrea e del nuovo brand, la compagnia di bandiera Alitalia ha annunciato oggi una serie di nuovi prodotti di volo e di terra e di upgrade per i servizi delle sue classi Business, Premium Economy ed Economy. La nuova offerta ha l'obiettivo di riposizionare la compagnia come un leader nei servizi di alta qualità e di rappresentare il meglio dell'Italia nel mondo.

A partire dal nuovo aereo Airbus A330-200, che entrerà in servizio questa settimana con il suo primo volo ad Abu Dhabi, i nuovi elementi del servizio saranno a disposizione di tutti gli ospiti dei voli internazionali a lungo raggio dal 1° luglio. La prossima fase del programma prevede l'introduzione graduale dei nuovi prodotti in volo anche sulla flotta di medio raggio.

Aubrey Tiedt, Chief Customer Officer di Alitalia, ha dichiarato: "Stiamo portando la nuova Alitalia verso nuove vette, traendo ispirazione da questo Paese pieno di vita e dall'esperienza impareggiabile accumulata in quasi 70 anni di volo. Alitalia, come l'Italia stessa, gode di una reputazione riconosciuta in tutto il mondo per l'ospitalità, lo stile e l'eccellenza culinaria. Questa reputazione si riflette nelle persone della compagnia e nella nuova offerta di servizi di volo".

"Una Alitalia rinnovata significa di costruire un rapporto di lealtà e fiducia con i nostri ospiti, offrendo una maggiore scelta, innovazione, qualità e soprattutto una maggiore attenzione a come gli ospiti si rilassano, mangiano e si intrattengono a bordo. Questo nuovo orientamento al cliente da parte delle nostre persone dedicate sarà evidente negli aeroporti in cui operiamo in tutto il mondo, al momento del check-in, nelle nostre sale, attraverso l'esperienza di imbarco".

Gli equipaggi, il personale di terra e quello dedicato alle lounge stanno attualmente frequentando workshop dedicati all'eccellenza nei rapporti con i clienti presso la sede di Etihad Airways di Abu Dhabi. Più di 1.000 dipendenti hanno già conseguito il diploma per la frequenza dei tre giorni di workshop e più di 4.500 parteciperanno ai corsi entro la fine dell'anno. I dipendenti tornano in Alitalia con una maggiore comprensione sul loro importante

contributo all'attività della compagnia aerea, sulle modalità per offrire agli ospiti il massimo livello di servizio a terra e in volo, e su come lavorare in modo efficiente in team.

Ariodante Valeri, Chief Commercial Officer di Alitalia ha dichiarato: "In linea con i notevoli miglioramenti nel servizio e con la raffinata cucina presente in ogni classe di servizio, gli ospiti che viaggiano con noi potranno godere di arredamenti superlativi e servizi di bordo che rappresentano il meglio di Alitalia e dell'Italia".

"Le poltrone sono state ridisegnate in tutte le classi di servizio; in Business Class le poltrone full-flat sono rivestite con pelle di Poltrona Frau e cuscini full-size e piumini realizzati dall'esclusivo brand italiano Frette. Le porcellane sono state realizzate da Richard Ginori. I kit di benessere per uomini e donne presentano prodotti esclusivi firmati da Salvatore Ferragamo".

- **La nuova Business Class**

Costruita intorno ad un nuovo concetto di esclusività, la nuova Business Class di Alitalia introduce un nuovo modello di ristorazione, il "Dine Anytime", insieme ad uno stile di servizio più personalizzato e discreto da parte degli assistenti di volo. I pasti italiani saranno serviti secondo gli orari richiesti dagli ospiti e saranno presentati portata per portata e consegnati a mano, eliminando la necessità di un carrello nel corridoio centrale e offrendo un'esperienza personalizzata. Un'altra novità culinaria nella Business Class è rappresentata dal menu Spuntino, che presenta una selezione di snack deliziosi, a disposizione degli ospiti durante tutto il volo.

L'offerta di pasti e bevande riflette le più raffinate tradizioni culinarie italiane, utilizzando ingredienti originali e stagionali accompagnati da vini prelibati provenienti dall'Italia e da tutto il mondo, selezionata dai sommelier di Alitalia. I menu sono serviti su porcellane e l'elegante argenteria di Richard Ginori.

Un servizio di preparazione alla notte verrà offerto su tutti gli Airbus A330 e Boeing 777 che presentano le poltrone full-flat della Business Class di Alitalia. Verrà offerta una bevanda prima di andare a dormire e verranno stabiliti con gli ospiti gli orari di sveglia e della colazione. Sui voli a medio raggio, verrà offerta una nuova "Piccola Colazione".

Le poltrone della Business Class verranno rivestite dal produttore italiano Poltrona Frau in pelle, con una trama complessa che ricorda gli interni delle auto sportive di lusso. Gradazioni più leggere di colori secondari sono stati utilizzati per migliorare la percezione di qualità ed eleganza superiori.

- **La nuova Classe Premium Economy**

Il servizio della nuova Classe Premium Economy sarà significativamente migliorato, mettendo al centro il concetto di “comfort connesso”, che comprende un aperitivo di benvenuto, asciugamani caldi, maggiore scelta di pasti e bevande anche fra famosi piatti regionali e vini ricercati, posate di design contemporaneo e porcellana raffinata.

Il caffè espresso è ora disponibile su richiesta, insieme ad una selezione di digestivi come Limoncello, Amaro e Grappa. Una selezione di snack viene inoltre offerta durante tutto il volo.

Le dotazioni come i cuscini e le coperte presenti nella nuova Premium Economy riflettono ora il nuovo, attraente brand di Alitalia. Per un maggiore comfort, vengono ora offerti prodotti per la cura della persona firmati da Frette. Sui voli notturni verranno offerti speciali kit che comprendono coperte e cuscini Frette. Le nuove cuffie “noise reduction” riducono in modo significativo il rumore ambientale presente nella cabina.

- **La nuova Classe Economy**

La possibilità di scelta è molto più ampia nella nuova esperienza di volo in Economy Class, che è stata interamente ripensata con l'obiettivo di far sentire gli ospiti come a casa. Adesso sono infatti presenti nuove alternative di pasti italiani e internazionali, una nuova presentazione dei pasti serviti in vassoi ridisegnati, vini pregiati e prodotti caldi da forno. Un Servizio Caffè viene offerto su voli a lungo raggio, con caffè espresso, cappuccino e una selezione di tisane, con l'obiettivo di offrire più comfort a bordo. Una morbida coperta di lana Frette ed un nuovo cuscino verranno messi a disposizione su ciascun sedile.

L'intrattenimento durante il volo (IFE) e la connettività verranno aggiornate in tutta la flotta a lungo raggio, con più opzioni di intrattenimento e una nuova Interfaccia Utente (Guest User Interface – GUI). Alitalia installerà Panasonic GCS WiFi, LiveTV, connettività 2G GSM e sistemi Panasonic EX2 IFE su tutti i suoi A330 e Boeing 777.

L'atmosfera a bordo in tutte e tre le classi si sta trasformando attraverso l'introduzione di nuovi elementi del brand di Alitalia sui rivestimenti della cabina e su superfici morbide come

tende, poggiatesta e cuscini. I nuovi design vivaci e contemporanei saranno presenti sui menu, sui servizi a bordo e sul materiale da lettura, tra cui la rinomata rivista di bordo di Alitalia, Ulisse, che verrà completamente ridisegnata.

In attesa dell'introduzione di una nuova divisa nel 2016, una piccola modifica è stata applicata all'attuale divisa maschile con l'inserimento di una cravatta a righe blu navy e verde, e i responsabili di cabina saranno ora identificati da foulard e cravatte a righe blu navy e rosso.

Queste migliorie sottolineano l'impegno della compagnia a realizzare servizi e prodotti innovativi e sofisticati, offerti in uno stile Alitalia contemporaneo, rinnovato e inconfondibile.

Informazioni per la stampa:

Alitalia Media

T. +39.06-65638950

Email. media@alitalia.com

Alitalia

Alitalia - Società Aerea Italiana (alitalia.com) è la principale compagnia aerea Italiana e ha avviato le operazioni il 1 gennaio 2015 dopo aver rilevato le attività operative di Alitalia - Compagnia Aerea Italiana, poi rinominata CAI. CAI detiene una quota di controllo in Alitalia pari al 51% e il rimanente 49% delle azioni è di proprietà di Etihad Airways, compagnia di bandiera degli Emirati Arabi Uniti. Nella stagione estiva 2015 Alitalia vola verso 102 destinazioni, di cui 27 in Italia e 75 nel resto del mondo, per un totale di 164 rotte e circa 4.500 voli settimanali. Alitalia vanta una delle flotte più moderne ed efficienti al mondo con un'età media di 8 anni. Alitalia è membro dell'alleanza SkyTeam e fa parte, insieme ad Air France-KLM e a Delta Air Lines, della Joint Venture Transatlantica. Alitalia, insieme ad airberlin, Air Serbia, Air Seychelles, Etihad Airways, Etihad Regional operata da Darwin Airline, Jet Airways e NIKI, partecipa anche a Etihad Airways Partners che riunisce compagnie aeree con la stessa visione per offrire ai clienti una scelta più ampia grazie a network e orari migliorati e a maggiori vantaggi per i frequent flyer. Alitalia ed Etihad Airways sono state nominate Official Global Airline Carriers di Expo Milano 2015.