

Lusso da assaporare

SI SONO SVOLTI A CANNES, DAL 31 MARZO AL 1 APRILE, I 'PRIVILEGE DAYS', INCONTRO ANNUALE PER CLIENTI, AMICI, VIP E DEALER DI TRE DEI NOVE MARCHI DEL GRUPPO FERRETTI (FERRETTI YACHT, MOCHI CRAFT E CUSTOM LINE). UN EVENTO INTERNAZIONALE ALL'INSEGNA DEL LUSO. D'ÉLITE ANCHE IL CATERING, FIRMATO, COME PER TUTTI GLI EVENTI DEL GRUPPO, DALLA FIORENTINA BACHINI & BELLINI.

Seguire un cliente importante significa conquistarne la fiducia attraverso un lavoro che deve essere sempre in linea con l'identità e lo stile del marchio. Sia che si parli di agenzie di eventi sia che si parli di partner e fornitori di servizi. È questa la consapevolezza che da anni caratterizza il rapporto tra Bachini & Bellini e Ferretti Group, alla cui mission, 'Noi siamo l'eccellenza prima, durante e dopo l'acquisto dei migliori motoryachts al mondo', l'azienda di banqueting fiorentina si è ispirata firmando i 'momenti food' del cliente in occasione delle maggiori manifestazioni. Tra le più recenti, I Privilege Days di Cannes (31 Marzo-1 Aprile 2007) ed il Salone Nautico di Genova (6-14 ottobre 2007). "Durante queste importanti manifestazioni - dichiara **Ilaria Legato**, food event manager Bachini & Bellini -, occasioni di incontro tra azienda, partner e clienti, il ruolo di Bachini & Bellini si estrinseca nell'organizzazione dello spazio di accoglienza degli ospiti, a cui il Gruppo Ferretti tiene in modo particolare. Solitamente, durante i Saloni nautici, viene costruito dall'azienda un vero e proprio spazio conviviale e ristorativo, del quale gli invitati possono usufruire tutti i giorni della manifestazione". Scenografico, ad esempio, quello dell'ultimo salone di Genova: un vero e proprio cubo di Cristallo con all'interno tavoli, sedie e poltrone e un buffet Bachini & Bellini a rotazione.



ILARIA LEGATO, FOOD EVENT MANAGER BACHINI & BELLINI



TIZIANO BACHINI, PROPRIETARIO BACHINI & BELLINI

PRIVILEGI D'ÉLITE

Altro appuntamento esclusivo, firmato sempre dal catering dell'azienda toscana, i 'Privilege Days', occasione in cui tre dei nove marchi del Gruppo Ferretti (Ferretti Yacht, Mochi Craft e Custom Line) radunano clienti, amici, vip e dealer sparsi nel mondo. Un momento di confronto per far conoscere le novità di un'azienda sempre 'in movimento': una tre giorni, in corrispondenza dell'apertura della bella stagione, in cui gli armatori e aspiranti tali dei tre marchi si incontrano per scambiare opinioni e suggerimenti con l'azienda. Fin dalla prima edizione, Ferretti Yachts ha saputo raccogliere attorno a sé la passione e il consenso dei propri, affezionati, armatori. Il confronto tra veri amanti 'dell'andar per mare', la presentazione della flotta e il lusso che gli yacht Ferretti sanno esprimere in navigazione e in banchina, sono gli elementi che hanno consentito la creazione di una vera e propria community internazionale ed esclusiva. Per l'edizione di quest'anno, Ferretti Yachts ha deciso di spostare l'evento da Montecarlo a Cannes, dove un'intera parte del Ponte Canto è stata riservata alle oltre 20 barche, sino ai 35 metri, dei tre brand del Gruppo, che in tre giorni hanno richiamato centinaia di visitatori. Alla quinta edizione consecutiva, i Privilege

Ambientazioni marine create ad hoc per l'esibizione dei Katakò dopo la cena placée, a cura di Bachini & Bellini, per i 'Privilege Days' del Gruppo Ferretti (31 marzo 2007)





A Cannes i 'Privilege Days', incontro annuale per clienti, amici, vip e dealer del Gruppo Ferretti. Catering dell'evento Bachini & Bellini (31 mar-1 apr 2007)

Days a Cannes hanno rappresentato un momento di incontro esclusivo per gli appassionati degli yacht prodotti dai tre cantieri. Una community di 'happy few' internazionale, cosmopolita e privilegiata, si è ritrovata nella splendida cornice della Costa Azzurra per condividere la passione per il mare e conoscere più da vicino i nuovi modelli e i servizi di Ferretti Yachts, Mochi Craft e Custom Line. Durante questa occasione, **Tiziano Bachini** (patron della Bachini & Bellini) si è occupato personalmente di tutta l'organizzazione della Soirée Ferretti.

ATMOSFERE ACQUATICHE

Norberto Ferretti, presidente del Gruppo Ferretti, e Fulvio Dodich, amministratore delegato Ferretti Yachts, Mochi Craft e Custom Line, hanno accolto gli oltre mille ospiti provenienti da tutto il mondo in banchina a Port Canto.

Una parte del porto è stata riservata a uso esclusivo della flotte. I coloratissimi Dolphin, che hanno creato l'Italian lobster boat style, e gli splendidi yacht Custom Line, sono stati schierati in banchina a disposizione degli armatori e dei loro accompagnatori.

"Gli ospiti - racconta Legato -, alloggiati presso l'Hotel Martinez, hanno partecipato alla cena di gala da noi organizzata presso la suggestiva sala del Palais des Festivals. La serata è iniziata con un cocktail di benvenuto a base di Champagne e una serie di proposte finger dal gusto e dalla forma 'sofisticata'. Per il momento 'hors d'oeuvre', il nostro chef ha creato alcune proposte sovrapponendo gusti e consistenze di ingredienti 'preziosi' accuratamente selezionati". Per la cena, il tema portante si è ispirato alle delizie del mare e un pizzico di ispirazione ci è stata data dalla Nouvelle Cuisine francese. La cena placée, per 600 invitati, si è svolta in uno degli spazi del Palais, allestito per l'occasione dall'agenzia K-events.

"Abbiamo lavorato insieme a K-events sul tema delle trasparenze e delle atmosfere acquatiche - continua Legato -. I colori scelti per la serata sono stati l'argento e tutte le tonalità del grigio e del blu: dalle tovaglie alle composizioni del centro tavola, tutto si ispirava ai fondali marini. Nella sala, inoltre, sono stati allestiti pannelli video che proiettavano in loop immagini concettualizzate di fondali e forme marine intervallate da immagini simbolo di Ferretti Yachts, Mochi Craft >>>



NORBERTO FERRETTI,
PRESIDENTE GRUPPO
FERRETTI



FULVIO DODICH,
AMMINISTRATORE DELEGATO
FERRETTI YACHTS, MOCHI
CRAFT E CUSTOM LINE



Parte del Ponte Canto di Cannes è stata riservata alle oltre 20 barche dei tre brand del Gruppo Ferretti in mostra durante la quinta edizione dei 'Privilege Days' (31 mar-1 apr 2007)

e Custom Line. Al momento del dolce, a base di cioccolato caldo fondente e ribes fresco, la serata si è animata con un'esibizione dei Katakò, la prima compagnia italiana di teatro-danza composta da atleti di livello olimpionico, che hanno messo in scena una serie di ambientazioni marine create ad hoc. Quando lavoriamo insieme alle agenzie di comunicazione, come in questo caso, ci piace molto incrociare il food con lo spettacolo, facendo in modo che tutto si integri alla perfezione. La parte più interessante e, credo, innovativa, sta proprio nell'ideare il 'copione della serata' insieme all'agenzia, coordinando le tempistiche del catering con quelle dello spettacolo. L'entrata dei camerieri, ad esempio, non è casuale, ma è in linea con i vari momenti dello show. Questo fa sì che ci sia un vero evento nell'evento, una sorta di 'danza' di tutto lo staff (per quanto riguarda il catering, circa 60 persone, ndr) per coinvolgere tutti i sensi degli ospiti". La vision di Ferretti Yachts è: 'Realizziamo i sogni dei nostri

clienti'. È naturale, quindi, che la filosofia creativa si sia ispirata a tutto ciò che 'il sogno esprime'. L'ambiente in cui si svolgeva la cena è stato curato nei minimi particolari: dai tavoli di vetro alle sedie trasparenti in plexiglass, dai centrotavola 'ikebana' di carta bianca fatti a mano sul tema del mare ai ballerini atleti con il loro stile etereo, fino alla mise en place: tutto rimandava a un'ambientazione acquatica rarefatta, tipica del sogno, dove le immagini di yacht in bianco e nero proiettate sui pannelli che circondavano i tavoli parlavano di sogni che per alcuni, grazie anche a Ferretti Yachts, sono stati realizzati con grande soddisfazione.

L'IMPORTANZA DELLA CONVIVIALITÀ

Il cambiamento ambientale della nautica, la forte internazionalizzazione, la globalizzazione dei mercati, la domanda e le nuove tecnologie - continua Legato - hanno determinato l'attribuzione di una maggiore importanza alla 'dimensione relazionale' dell'impresa, con una particolare attenzione alla convivialità. In sostanza, l'accresciuta complessità dei mercati ha reso indispensabile far fluire dal pubblico verso l'impresa tutta una serie di messaggi che consentano una spiccata 'market/customer orientation', sulla base delle esigenze, degli interessi e dei gusti che questo manifesta, fino a quasi guidare le decisioni dell'impresa stessa. Passeggiando sulla banchina di Cannes, si prova un certo orgoglio nel pensare che tutto il mondo si relaziona a questo Gruppo italiano con un misto di ammirazione e di invidia".

Le componenti che hanno decretato l'affermazione dell'evento, dunque, sono le stesse caratteristiche che gli yacht Ferretti, Mochi Craft e Custom Line vantano: avanguardia tecnologica, performance, comfort, sicurezza, ma anche raffinata semplicità, estrema cura dei particolari, altissima capacità costruttiva. Senza trascurare, naturalmente, l'attenzione al cliente e la capacità di ascolto che i tre cantieri hanno saputo conquistare, mantenendo il ruolo guida che occupano nel panorama della nautica di lusso internazionale. "Abbiamo cercato di seguire nell'allestimento e nell'organizzazione dell'evento conviviale le linee guida del cliente - conclude Legato - e i Privilege Days 2007, grazie alla flotta al completo e alla ormai proverbiale ospitalità Ferretti che Bachini & Bellini ha contribuito a mettere in pratica, hanno consentito a tutti gli ospiti di sentirsi parte di un esclusivo mondo di privilegi".

[SCHEDA TECNICA]

Società organizzatrice: K-events.

Banqueting: Bachini Srl, Via del Salviatino, 6 - 50137 Firenze, Tel. 055-600527, www.bachiniebellini.it.

Azienda cliente: Ferretti Group.

Tipologia evento: Evento interno aziendale.

Obiettivi: Comunicare i valori Ferretti.

Target: Armatori di tutto il mondo, clienti, dealer e ospiti dei marchi Ferretti Yacht, Mochi Craft e Custom Line.

Data di realizzazione: 31 marzo 2007.

Location: Cannes; Soirée Ferretti: Palais des Festivals.

Comunicazione pre-evento: Inviti esclusivi.