

## ANA HOLDINGS presenta AirJapan, nuovo vettore internazionale che decollerà nella seconda metà dell'anno finanziario 2023

- "AirJapan" sarà un brand completamente nuovo, dedicato alle rotte internazionali di medio raggio, che garantirà ai passeggeri un'esperienza di viaggio attenta e premurosa, con una filosofia di servizio di nuova concezione.
- La nuova compagnia offrirà ai passeggeri uno spazio confortevole in cabina ad una tariffa accessibile, oltre a una serie di servizi ispirati alla cultura giapponese.
- Il primo volo commerciale è previsto per la seconda metà del FY2023 (aprile 2023 – marzo 2024).

**TOKYO, 8 marzo 2022** – ANA HOLDINGS e Air Japan Co., Ltd. presentano oggi "AirJapan", una nuova compagnia aerea per le rotte internazionali di medio raggio.

Nell'autunno 2020 il gruppo ANA aveva annunciato il lancio di un nuovo vettore, come parte della trasformazione del suo modello di business, per perseguire una crescita sostenibile e per rispondere rapidamente alle diverse preferenze dei passeggeri. Ora il nome del brand, il logo e livrea dell'aeromobile sono stati finalizzati e sono in corso i preparativi per il lancio della compagnia, previsto nella seconda metà del FY2023 (aprile 2023-marzo 2024). Le rotte e le date del primo volo sono ancora in fase di valutazione: ANA sta infatti monitorando attentamente le tendenze nella ripresa della domanda di voli internazionali.

*"Siamo entusiasti di poter iniziare a presentare AirJapan, il suo servizio personalizzabile e la confortevole esperienza in cabina che offrirà ai passeggeri", ha detto Hideki Mineguchi, presidente di Air Japan. "Concentrandosi sulle rotte internazionali di medio raggio, il gruppo ANA sarà meglio organizzato per soddisfare le tendenze emergenti per i viaggi internazionali, ad una tariffa competitiva. Siamo orgogliosi di far parte di un team che lavora per accrescere le possibilità di scelta dei viaggiatori, confermando anche lo stesso impegno per la qualità e la sicurezza, riscontrabile in tutto il gruppo ANA".*

### 1. Brand concept

La filosofia del marchio può essere riassunta nella frase *"Fly Thoughtful"*, che esprime l'approccio premuroso, attento e gentile della compagnia aerea. In qualità di vettore amichevole e sollecito verso tutti, miriamo a creare un tipo di esperienza di viaggio completamente nuova, basata sia sulla cultura giapponese che sull'impegno per la qualità.

### 2. Brand logo, colori e livrea

Il nome "AirJapan" è stato scelto per comunicare ai viaggiatori di tutto il mondo che siamo una compagnia aerea giapponese, e per ricordare ai passeggeri che offriamo "qualità giapponese" in tutto ciò che facciamo.

# AIR JAPAN

Il logo parte dalle lettere "(Ai)r" and "J(apan)" presenti nel nome del brand, e ricorda l'immagine di due mani che si avvicinano in un gesto premuroso.

Nel logo si combinano i colori tradizionali giapponesi "Ai (indaco)" e "Akebono (alba)". Il colore indaco esprime l'abilità e l'attenta tecnica necessaria per la tradizionale arte giapponese della tintura indaco, un processo complesso che richiede "fiducia e attenzione" da parte dell'artigiano. La tonalità alba si ispira invece alla stagione primaverile del Giappone e rappresenta il confortevole calore del servizio offerto. È stata depositata anche la domanda di marchio per il logo aziendale "AirJapan".



Boeing 787-8 con logo sulla coda.

### 3. Rational del logo



In true Japanese spirit, we believe that value and values go hand in hand.

So we've put a little more thought into what people value most, and imagined a better way to fly, where people get more of what they want and less of what they don't.

An experience on your terms, with the service and comfort you've always needed, delivered with a Japanese touch.

**Fly Thoughtful.  
Fly AirJapan.**

- Il nostro obiettivo è quello di creare una nuova esperienza di viaggio che, rispettando i valori della cultura giapponese, combini quanto c'è di meglio in quella dei vettori tradizionali e low cost .
- Come espresso dal claim "*Dove le persone ottengono più di quello che vogliono*", forniremo soluzioni scelte fra quelle che i passeggeri desiderano effettivamente dai servizi offerti dai vettori full-service.
- I passeggeri che invece preferiscono un viaggio semplice e non richiedono opzioni aggiuntive potranno ridurre i loro costi di viaggio.
- Le tariffe saranno in una fascia di prezzo accessibile simile a quella dei vettori low cost.
- Forniremo uno spazio in cabina confortevole per tutti i passeggeri sui nostri nuovi voli internazionali a medio raggio.

Tutti i dettagli sui collegamenti e il servizio a bordo saranno annunciati in un secondo momento.

Nota: [Landor & Fitch](#) è un'azienda globale di trasformazione dei brand che combina strategia e design per trasformare marchi e aziende leader in tutto il mondo. Con 50 anni di esperienza in Giappone, collabora con alcuni dei marchi più importanti e iconici del paese

Immagini in alta definizione disponibili a questo link:

<https://www.dropbox.com/sh/ql06n53xhkm49tp/AAAE-2uxFzvdnlcqw92RfiaRa?dl=0>



## **ANA Holdings**

Fondata nel 1952 con due elicotteri, All Nippon Airways (ANA) è diventata la più grande compagnia aerea in Giappone. ANA HOLDINGS INC. (ANA HD), fondata nel 2013 come la più grande holding di un gruppo di compagnie aeree in Giappone, è composta da 71 compagnie tra cui ANA e Peach Aviation Limited, la principale LCC in Giappone.

ANA è stata launch customer del Boeing 787 Dreamliner e ANA HD è il principale operatore di questa tipologia di aereo. ANA, membro di Star Alliance dal 1999, ha siglato una joint venture partnership con United Airlines, Lufthansa Airlines, Swiss International Airlines e Austrian Airlines - che le garantiscono una presenza veramente globale.

Grazie al suo servizio di alta qualità ANA è stata premiata da SKYTRAX con il punteggio 5-Star ogni anno a partire dal 2013 ed è l'unica compagnia giapponese ad averlo vinto per nove anni di seguito. ANA è stata inoltre nominata "Airline of the Year" da Air Transport World per tre volte – nel 2007, 2013 e 2018 – diventando una delle poche compagnie aeree a vincere questo prestigioso premio più volte.

Nel 2021, ANA ha ricevuto il rating di sicurezza 5-star COVID-19 da SKYTRAX, premiando le iniziative della compagnia aerea per fornire un ambiente sicuro, pulito e igienico negli aeroporti e a bordo degli aerei, come da protocollo ANA Care Promise.

ANA è l'unica azienda nel settore dell'aviazione ad aver ottenuto la Gold Class distinction del 2022 S&P Global Sustainability Awards e ANA HD è stata selezionata come membro del Dow Jones Sustainability World Index per il quinto anno consecutivo e del Dow Jones Sustainability Asia Pacific Index per il sesto anno consecutivo. **Per ulteriori informazioni:**

<https://www.ana.co.jp/it/it/>

## **Per ulteriori informazioni su questo comunicato:**

ABC PR Consulting

Maria Vittoria Ambrosioni – 335 1738475

Via L. Castelvetro, 33 - 20154 Milano - [www.abc-prc.com](http://www.abc-prc.com) - [info@abc-prc.com](mailto:info@abc-prc.com)