

B2B ► JCRAFT

Il cantiere svedese rafforza la presenza negli USA ► *Swedish shipyard strengthens US presence*

Occorrono circa 8 mila ore di lavoro. Tanto impegno si giustifica nell'unicità che contraddistingue ogni singolo modello. Non caso la produzione è limitata a pochi esemplari all'anno. Sufficienti però a conquistare l'attenzione e il cuore di molti appassionati di barche. Sì, perché si tratta di "pezzi" fuori dell'ordinario che si rivolgono a una clientela alla ricerca di qualcosa di veramente unico. Non a caso alcuni anni fa un Torpedo 42 fu scelto da Chanel per girare una campagna per la linea beauty Les Beiges. Di chi stiamo parlando? JCraft realtà attiva sulla scena nautica da 24 anni e oggi in forte espansione anche sul mercato americano. Dopo aver consolidato la propria reputazione nel Vecchio Continente i JCraft stanno conoscendo una forte popolarità negli USA con 22 unità vendute. Da qui la scelta di rafforzare la presenza con la partecipazione ai saloni di Newport RI (14-17 settembre), Annapolis (5-8 ottobre) e Fort Lauderdale (25-29 ottobre). Merito va anche al partner americano Dave Mallach che dice: "Per vent'anni mi sono concentrato nel presentare una vasta gamma di barche europee di prestigio a clienti americani. Ma il mio focus, o meglio chiamarlo la mia ossessione, è stato la ricerca di una barca autentica, senza compromessi e di un'esperienza armatoriale unica e completa. Con J Craft posso dire semplicemente di averle trovate entrambe".

► *It takes about 8,000 man-hours to build one. So much effort is justified in the uniqueness of each model. Not surprisingly, production is limited to just a few units per year. Enough, however, to win the attention and hearts of many boat enthusiasts. Yes, because these are out-of-the-ordinary models intended for anyone looking for something truly unique. A Torpedo 42 was chosen by Chanel to shoot a campaign for the Les Beiges beauty line. Which shipyard are we talking about? JCraft, a company that has been active on the boating scene for 24 years and is now expanding strongly in the American market as well. After consolidating*



its reputation in Europe, the models built by the Swedish shipyard are also experiencing strong popularity in the United States legitimized by the sale of the 22nd unit overseas. Hence the decision to strengthen the presence in this geographical area with participation in the Newport RI (September 14-17), Annapolis (October 5-8) and Fort Lauderdale (October 25-29) boat shows. This is also thanks to the invaluable support

of U.S. partner Dave Mallach, who states: "For 20 years I have focused exclusively on presenting a wide range of prestigious European boats to American clients. But my focus, or better to call it my obsession, has been the search for an authentic, uncompromising boat and a unique and complete ownership experience. With J Craft I can simply say that I have found both."

