ULTIMATE JET

EUROPE RUSSIA MIDDLE EAST ASIA AMERICAS #46

Your AOG support team and OEM-certified parts will be there wherever – and whenever you need them. From the largest network of support in the industry, with 21 company-owned service centers and 60 AOG mobile service units worldwide. Just part of what we invest in your investment. **Learn more and find your nearest service center at service.txtav.com.**

Beechcraft | Cessna | Hawker

TEXTRON AVIATION

service.txtav.com

U.S. **+1.844.44.TXTAV** | INTERNATIONAL **+1.316.517.8270**

© 2015 Textron Aviation. All rights reserved.

Edito

Jill Samuelson
Managing Director

A marriage of convenience

Since the beginning of the year, though some have been struggling with bad news (i.e., Bombardier), others have been soaring. Cessna and Beechcraft, two manufacturers menaced by asphyxiation just two years ago are amongst those who are regaining strength and soaring to new heights. It must be acknowledged that the Textron Group provided the two brands with the means to retake front stage.

The complementarity of the two entities Beechcraft and Cessna now appears resoundingly obvious and the market seems to support the marriage. Beechcraft is successfully continuing sales of its King Air family but also that of its T-6 Texan II training aircraft. On the other side of the aisle, the Cessna teams have not had time to be idle between European and Brazilian certification of the CJ3+ as well as the recent FAA certification of the Citation Latitude. Cessna's end of year also looks promising with an expected presentation of a new Latitude configuration.

If the business aviation sector as a whole has still faces some uncertainties, Cessna and Beechraft seem, more than ever, strong enough to face the future with aplomb. Strengthened by numerous synergies duly imposed by the Textron group, it is already rumored that this complementarity could give rise to a new aircraft in the turboprop segment. We eagerly await the announcement.

Un mariage de raison

Depuis le début de l'année, certains constructeurs font le grand écart. Alors que Bombardier enchaîne les mauvaises nouvelles, Cessna et Beechcraft, deux constructeurs au bord de l'asphyxie il y a à peine deux ans, semblent retrouver des forces. Il faut dire que le groupe Textron a donné les moyens aux deux marques de revenir sur le devant de la scène. Autrefois séparées, la complémentarité des deux entités que sont Beechcraft et Cessna sonne finalement comme une évidence. Et le marché semble donner raison à ce mariage. Beechcraft poursuit avec succès les ventes de sa famille King Air, mais également celle de son avion d'entrainement T-6 Texan II. De leur côté, les équipes de Cessna n'ont pas eu le temps de chômer entre les certifications européenne et brésilienne du CJ3+, et celle du Citation Latitude voilà peu par le FAA. Toujours du côté Cessna, la fin d'année s'annonce également prometteuse, avec, sans doute, la présentation d'une nouvelle configuration pour le Longitude.

Si le secteur de l'aviation d'affaires, dans son ensemble, reste confronté à de nombreux aléas, Cessna et Beechraft semblent, plus que jamais, assez solides pour conquérir les marchés. Fort de nombreuses synergies imposées, à juste titre, par le groupe Textron, il se murmure déjà que cette complémentarité pourrait donner naissance à un nouvel appareil, dans le segment des turbopropulseurs. On attend le faire-part avec impatience.

The New Standard

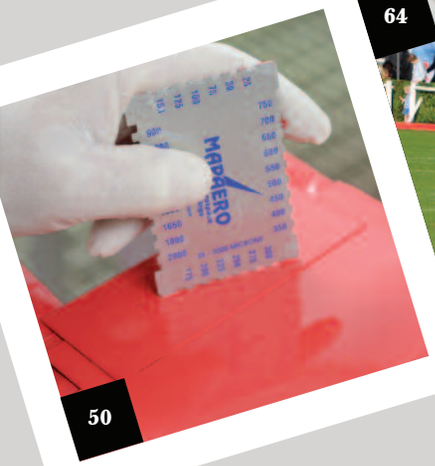
An ultra-smooth flight in a 6ft tall cabin with a flat floor is the new standard in midsize jets. As the first in its class with fly-by-wire technology, the Legacy 500 flies precisely, smoothly, and very efficiently. The ample cabin with amenities for every journey is available in his and hers. For a personal tour, visit **EmbraerExecutiveJets.com/HisAndHers**

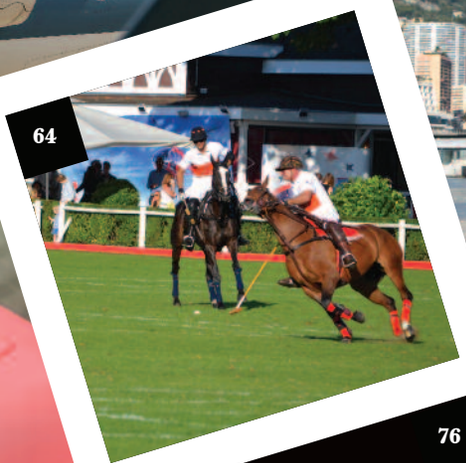
LEGACY® 500
BY EMBRAER

HERS

EMBRAER
Executive Jets

Contents
Sommaire





06 NEWS
08 MANUFACTURER
12 MRO & COMPLETION CENTER
16 OPERATORS

20 INTERVIEW
LUXAVIATION
THE NEW BENCHMARK

30 COMPANY
LUNAJETS BROKER 5.0

40 INTERVIEW
CESSNA
MANUFACTURER INTERVIEW

50 INDUSTRY
MAPAERO
PUTTING COLOR INTO
HIGH TECHNOLOGIES

64 LIFESTYLE
THE 5TH ULTIMATE TIME
POLO TROPHY EVENT

72 ONROAD
FERRARI CALIFORNIA TURBO

76 LUXURY ACCESS
SEA, JET & SUN

78 HOTEL
PALACIO BELMONTE

Crafted in Switzerland

PC-12 NG

PILATUS

NO MATTER WHERE YOU FLY, YOU'RE ALWAYS IN THE SWEET SPOT.

In the Pilatus PC-12 NG, the right economics and right versatility converge most definitely with the perfect level of exhilaration. Higher cost twins just can't deliver this optimal mix of range, speed, short-field dominance and single-pilot agility. Whether for business, pleasure or all points in between, the pure joy of high-performance flying doesn't get any sweeter.

Pilatus Aircraft Ltd · Switzerland · Phone +41 41 619 61 11 · www.pilatus-aircraft.com

© PHOTOS

- Frédéric Vergnères
- HondaJet
- Cessna
- Dassault Aviation
- Embraer
- Boeing
- Jet Aviation
- Airbus Corporate Jet
- Vistajet
- SaxonAir
- Greg Cellier
- Brandon Potter

NEWS

08 Manufacturer
12 MRO & Completion Center
16 Operator

HondaJet expands its network in South America

After making its debut at the latest EBACE Trade Show, HondaJet is continuing its inaugural world tour with its first appearance at the forthcoming Latin America Business Aviation Convention (LABACE) in Sao Paolo, Brazil, from 11th to 13th August. The event will be the perfect opportunity for the airframer to announce the beginning of sales of the twin-engine jet in the country. This is an important step forward for HondaJet, as CEO Michimasa Fujino explains, "*The business aviation sector in Brazil is growing constantly and remains the second largest national market for the sale of new aircraft.*"
To ensure its successful implantation, HondaJet has teamed up with Lider Aviação, a local company that specialises in aviation sales and which been designated as HondaJet's exclusive agent in the region. •

HondaJet étend son réseau en Amérique du sud

Après une première apparition au dernier salon de l'Ebace, le HondaJet continue sa tournée de présentation mondiale avec, pour la première fois, une présence attendue au prochain salon de l'aviation d'affaires sud américaine LABACE (Latin America Business Aviation Convention and Exhibition).
L'événement se déroulera du 11 au 13 aout prochain à Sao Paulo au Brésil. Il donnera l'occasion au constructeur d'annoncer le début des ventes du biréacteur au Brésil. Une étape importante selon le PDG de HondaJet, Michimasa Fujino, qui indique que « *Le segment de l'aviation d'affaires au Brésil dispose d'une solide expertise qui ne cesse de ce développer et qui reste le second plus grand pays pour les nouvelles ventes d'avions. L'expansion des ventes dans cette région fait partie intégrante de notre stratégie de développement.* » Pour y parvenir, HondaJet s'est adjoint les services de la société spécialisée dans la ventes d'appareils sur la région, Lider Aviação. Laquelle a en effet été désignée par l'avionneur comme représentant exclusif des ventes du HondaJet dans la région. •

Global programme "under review"

After the announcement in January that the Learjet 85 programme had been halted and the loss of 1,750 jobs at the Global facility in May, Bombardier is once again in stormy waters.
In a recent interview with Aviation International News (AIN), one the company's senior executives revealed that the Global 7000 and 8000 programme was running behind schedule. Indeed, deliveries could run up to two years late in 2018 for the 7000 and 2019 for the 8000.
The article also mentions that the programme may have been thrown off-course financially by constraints linked to the development of the CSeries. Bombardier has refused to confirm these allegations and simply sates that the programme is "under review". Nevertheless, the announcement led to a fall in the airframer's share price of over 10% in a single day. •

Révision du programme Global

Après l'annonce de l'arrêt du programme Learjet 85, en janvier, et le licenciement de 1 750 employés sur la chaîne Global en mai dernier, Bombardier est de nouveau dans la tourmente. L'un des responsables de l'avionneur aurait en effet révélé, lors d'un interview à Aviation International News (AIN), un retard dans le programme Global 7000 et 8000.
Les premières livraisons des appareils pourraient en effet glisser de deux ans, soit en 2018 pour le 7000, et en 2019 pour le 8000. L'article propose par ailleurs que le programme pourrait avoir été financièrement « impacté » par les contraintes liées au développement du CSéries. Bombardier n'a pas confirmé de report, mais indique cependant « réviser » le programme. Cette annonce a, une nouvelle fois, fait reculer le titre de l'avionneur sur les marchés. Celui-ci a en effet reculé de plus de 10 % sur la seule journée du lendemain de l'annonce. •

Falcon 2000LX Medevac for China

At the Paris Air Show from 15th to 21st June, Dassault announced that it had won an order from the Beijing Red Cross Emergency Medical Center. The aircraft, a Falcon 2000LX, will be the first twin-engine of its kind for medical emergency and evacuation missions (MEDEVAC). The specialised equipment is currently being installed at Dassault's Wilmington facility, Delaware. The Red Cross is due to take delivery in September. •

Falcon 2000LX Medevac pour la Chine

Durant le Salon international de l'aéronautique et de l'espace (SIAE) qui s'est tenu du 15 au 21 juin dernier au Bourget, Dassault a annoncé avoir été sélectionné par la Beijing Red Cross Emergency Medical Center (Croix rouge de Beijing-Pekin). L'appareil, un Falocn 2000LX, sera le premier biréacteur de ce type en Chine équipé d'installations médicales consacrées à l'évacuation sanitaire (EVASAN). L'équipement spécialisé est en cours d'installation au sein du centre de Dassault de Wilmington, situé dans le Delaware. La livraison de l'appareil est prévue dans le courant de septembre. •

New site for Embraer at Le Bourget

At the EBACE Trade Show in May, Embraer announced that it is to leave its current location at Le Bourget and move across the airport to a new base in the Dugny sector. The new maintenance and support facilities are to be housed in a 4,000 m2 hangar, i.e. double the size of the current base which dates from 1983. The new centre will also provide 3,000 m² of office space, 1,500 m² of workshops and a 7,500 m² car park. Construction work will be carried out by the engineering subsidiary of Aéroport de Paris, ADPI. It is due to be delivered in the second half of 2016. •

Nouveau site pour Embraer au Bourget

L'annonce a été faite durant le salon de l'Ebace de mai dernier : Embraer quitte la zone actuelle du Bourget pour s'installer du côté de Dugny.
Les nouvelles installations consacrées à la maintenance et au soutien technique comprendront un hangar de 4 000 m2, soit le double des installations actuelles créées à l'origine en 1983. Le nouveau centre disposera en outre de 3 000 m² de bureaux et 1 500 m² d'ateliers, ainsi que d'un parking de 7 500 m². La maîtrise d'ouvrage sera réalisée par la filiale ingénierie d'Aéroport de Paris, ADPI. Celle-ci prévoit de livrer l'ensemble immobilier à l'avionneur au second semestre de 2016. •

Citation Latitude certified

Development teams at Cessna have been able to take a brief rest and congratulate themselves for all the hard work they have done on the Citation Latitude.
Indeed, the aircraft was recently granted FAA type certification, just over a year after the inaugural flight of the prototype and the completion of a test programme involving no fewer than 1,697 test flights. Now that certification has been gained, Cessna is planning the first deliveries for the third quarter of this year, particularly for NetJets as the launch buyer of the new Citation.
The operator placed an order for 150 Citations in June 2012 and will bring the first aircraft into service in early 2016. •

Le Citation Latitude certifié

Les équipes de développement de Cessna ont pu faire une courte pose et se féliciter du travail accompli sur le programme du Citation Latitude.
Celui-ci a en effet reçu début sa certification de type de la part des autorités de l'aviation civile américaine (FAA- Federal Aviation Administration). Une certification délivrée à peine plus d'un an après le premier vol du prototype, et un programme qui aura demandé pas moins de 1 697 vols d'essai.
Fort de cette « autorisation », Cessna prévoit les premières livraisons de l'appareil pour le courant du troisième semestre, notamment auprès du client de lancement du nouveau Citation, à savoir NetJets.
L'opérateur, qui prendra en compte son premier appareil début 2016, a en effet commandé 150 machines de ce type en juin 2012. •

New turboprop at Textron?

It will be recalled that in October 2012 Beechcraft announced the launch of a brand new turboprop. The aircraft in question, bearing distinct similarities to the Pilatus PC-12 - and which was destined to be its main competitor - was designed to carry up to 11 passengers.
The project, which never got off the ground because of various problems, could now well be back on the drawing board. At the recent EAA AirVenture annual gathering of aviation enthusiasts in Oshkosh, Wisconsin, Textron announced that it was developing a entirely new single-engine turboprop.
The project will benefit from the expertise of the group's two airframers, Cessna and Beechcraft, to build a new aircraft which, according to Textron, is neither a King Air nor a Caravan configuration. •

Nouveau turbopropulseur chez Textron?

On se souvient de l'annonce faite par Beechcraft en octobre 2012, présentant un tout nouveau turbopropulseur. Ce dernier, marqué par une certaine ressemblance avec le PC-12 de Pilatus, appareil avec lequel il devait d'ailleurs entrer en concurrence, avait été développé pour transporter jusqu'à 11 passagers.
Ce projet, qui n'a jamais vu le jour suite aux problèmes rencontrés par l'avionneur, pourrait sans doute être remis sur les rails. Profitant de l'événement annuel de l' EAA AirVenture – il se déroule à Oshkosh, dans le Wisconsin (E-U) –, Textron aurait en effet annoncé le développement d'un tout nouveau monoturbopropulseur.
Le projet profiterait de l'expertise des deux avionneurs du groupe, Cessna et Beechcraft, pour réaliser ce nouvel appareil qui ne serait, selon Textron, ni un dérivé du King Air, ni celui du Caravan.•

The ***NEW***

ARINC Direct℠

Now the most comprehensive suite of flight services in the world.

Your best-in-class flight support solutions:

Intuitive desktop and mobile flight planning

Seamless, high-speed cabin connectivity

Award-winning international trip support

Integrated flight operation and scheduling system

All with the superior customer support you expect from the industry's innovation leader.

Learn more at:

rockwellcollins.com/thenewARINCDirect

© 2014 Rockwell Collins. All rights reserved.

rockwellcollins.com

Rockwell Collins

28 East delivers an ACJ319

At the end of June, aviation company 28 East announced its first aircraft completion with the delivery of an Airbus ACJ319. Work on the completion of the cabin interior took one a year and was done at the Fokker centre in the Netherlands. The cabin can accommodate up to 19 passengers, features two bedrooms and an en suite shower.

In performance terms, the ACJ319 is equipped with five ACTs (Additional Centre Tanks) and winglets which give it an autonomy of over 13 hours. The jet was delivered in April and is operated from Munich by K-5 Aviation. As confirmed by K-5 Aviation Director, Erik Scheidt, it has already completed 120 "faultless" flight hours. Alongside K-5 Aviation, the aircraft will also be available for charter services from sister company Vertis Aviation. •

Livraison d'un ACJ319 par 28 East

28 East a fait état, fin juin, de la livraison sur le marché d'un ACJ319, premier projet d'aménagement intérieur réalisé par la société. Les travaux sur l'intérieur de l'appareil ont été réalisés sur une période d'un an par le centre de Fokker aux Pays-Bas. L'intérieur permet d'accueillir jusqu'à 19 passagers.

Il comprend, entre autres, deux chambres et une salle de douche. Côté performance technique, cet ACJ319 se trouve équipé de cinq réservoirs additionnels (ACT - *Additional Centre Tanks*), ainsi que d'ailettes marginales lui autorisant une autonomie de plus de 13 heures de vol. L'ACJ319, livré en avril, a gagné par la suite sa base de Munich où l'avion est stationné et exploité par l'opérateur K-5 Aviation.

Depuis, l'avion a réalisé pas moins de 120 heures de vol « *sans aucun problème* », comme le souligne le dirigeant de K-5 Aviaiton, Erik Scheidt. Outre K-5 Aviation, l'appareil sera également disponible sur le marché des vols à la demande auprès de la compagnie « sœur » de l'opérateur, Vertis Aviation. •

Jet Aviation Basel: approval for the Boeing 787

In early July Jet Aviation Basel gained EASA Part-145 approval for the Boeing 787. This permit will allow the company to carry out maintenance on the aircraft and, more particularly, to start completion work on the very first Boeing 787-9 VVIP which was announced during EBACE. This licence also includes a new standard that is unique to the aircraft and which allows support and maintenance work on carbon parts and components. •

Jet Aviation Bâle : approbation pour le Boeing 787

Jet Aviation Bâle a reçu début juillet l'approbation Part-145 par l'Agence européenne de la sécurité aérienne (AESA) pour le Boeing 787. Cette autorisation va amener la société à répondre aux demandes de travaux de maintenance sur la machine, mais surtout lui permettre de débuter les travaux d'aménagement sur le tout premier Boeing 787-9 VVIP dont le contrat avait été dévoilé durant le salon de l'Ebace. Cette autorisation dispose en outre d'un nouveau standard propre à l'appareil, puisqu'elle permet le travail de soutien technique et de maintenance sur les pièces en carbone.•

Q

When it comes to business jets, can I combine style and comfort with range?

A

Of course, with ACJneo. New engine technology allows high-flyers to travel up to 15 hours in style. Space that takes your lifestyle to the world. **Airbus is the answer.**

ACJ airbuscorporatejets.com

AIRBUS

© AIRBUS, 2015. All rights reserved. Airbus, its logo and the product names are registered trademarks.

Successful completion for Amac Aerospace

Amac Aerospace announced a landmark achievement in mid-July with the finalisation of the interior completion of the first Boeing 747-8i VVIP. This project has taken over two years and remains the first of its kind in terms of scale and complexity.

The cabin interior has been fitted out with a variety of different materials, including some exotic finishing and, in the words of Bernd Schramm, Group Chief Operating Officer at Amac Aerospace, "*it has been an enormous technical and human challenge.*" •

Aménagement réussi pour Amac Aerospace

C'est une étape importante pour Amac Aerospace qui a annoncé, mi-juillet, avoir finalisé l'aménagement intérieur du premier Boeing 747-8i VVIP. Le projet d'aménagement aura duré plus de deux ans et reste à ce jour « *le premier de cette taille et de cette complexité* », selon l'industriel.

L'intérieur, décoré avec de nombreux types de matériaux, dont certains exotiques, aura été, selon Bernd Schramm, directeur des opérations chez Amac Aerospace, « *un véritable défi technique, mais également humain* ». •

Jet Aviation Basel widens its maintenance capacity

Jet Aviation Basel has recently been granted approval from Gabon's National Civil Aviation Agency and Namibia's Directorate of Civil Aviation (DCA) for the maintenance of the Dassault Falcon fleet it has registered in the country. With this new licence, Jet Aviation Basel can now carry out stopover maintenance work for the Falcon 10, 50 and 900 aircraft registered in Gabon as well as the Falcon 7X and 900 jets operated under the Namibian flag. •

Jet Aviation Bâle étend sa capacité de maintenance

Jet Aviation Bâle a récemment reçu l'approbation de l'agence nationale de l'Aviation Civile du Gabon (ANAC) et de celle de Namibie (Directorate of Civil Aviation- DCA) pour la maintenance de la gamme Dassault Falcon immatriculée dans ces pays. Avec cette nouvelle licence, Jet Aviation Bâle pourra réaliser des travaux de maintenance en escale pour les modèles de Falcon 10, 50 et 900 immatriculés au Gabon, ainsi que sur Falcon 7X et 900 pour les avions battant pavillon Namibien. •

DC AVIATION

PASSION FOR EXCELLENCE

AN EXCEPTIONAL EXPERIENCE, EVERY TIME

Passion for excellence is our trademark. In everything we do, our goal is to meet and surpass your expectations. Our highly trained staff is always on hand to ensure your complete satisfaction, both on the ground and in the air. And our unrivalled facilities guarantee your comfort and convenience every time you fly.

T: +971 (0)4 870 1800 | www.dc-aviation.ae | an Al-Futtaim joint venture

VistaJet in China

The business aviation operator run by its charismatic founder-owner Thomas Flohr has made the headlines once again this summer. Indeed, VistaJet decided to make important announcements about its development during this peak holiday traffic season.

The company has announced that its fleet now comprises fifty aircraft made up exclusively of twin-engine Bombardier business jets. This landmark was reached in June with the delivery of a Global 6000. The Austrian operator's fleet now includes 21 Global twin-engine jets and 28 Challenger aircraft.

The company's growth has seen it register its first aircraft under the Chinese flag with a Challenger 850. A second jet from the same range is due to follow by the end of the year. For this operation, VistaJet worked in partnership with one of the rising stars of the Chinese private aviation business, Apex Air, which will be in charge of operating the Chinese fleet.

The first flights to develop this market began in July. As confirmed by Thomas Flohr, this represents a crucial milestone for VistaJet, "*We are the world's first business aviation operator to register an aircraft in China. The market holds enormous potential for the company.*" •

VistaJet en Chine

L'opérateur dirigé par son emblématique dirigeant, Thomas Flohr, aura fait l'actualité de la saison estivale. VistaJet a en effet profité de cette période, particulièrement chargée en termes de trafic pour les compagnies, pour dévoiler quelques informations concernant son développement.

La compagnie a ainsi fait part de l'expansion de sa flotte en service à 50 avions, comprenant exclusivement des biréacteurs d'affaires Bombardier. Cette étape clé a été franchie en juin dernier avec la livraison d'un Global 6000. La flotte de l'opérateur autrichien compte désormais 21 biréacteurs de type Global, et 28 issus de la gamme Challenger.

La montée en puissance de l'opérateur lui a permis par ailleurs d'enregistrer son premier appareil sous pavillon chinois, en l'occurrence un Challenger 850. Un second avion du même type devrait suivre d'ici à la fin d'année. Pour ce faire, VistaJet s'est associé avec l'une des compagnies montantes de l'empire du milieu, Apex Air. Ce dernier exploitera la flotte « chinoise » de VistaJet. Les premières opérations permettant de développer le marché « domestique » ont débuté en juillet dernier.

Selon le dirigeant, il s'agit incontestablement d'un tournant important pour VistaJet : « *Nous sommes le premier opérateur mondial dans le milieu de l'aviation d'affaires a avoir fait enregistrer un appareil en Chine. C'est un marché au potentiel exceptionnel pour la compagnie…* ».•

Phenom for Ethiad

Ethiad Flight College - the airline's training facility - has placed a US$30 million order for four Phenom 100E jets from Embraer.
The subsidiary of the Abu Dhabi carrier is due to take delivery of the first aircraft at the beginning of 2016. With this order, Ethiad Flight College will have a long-term fleet of 20 aircraft (including 16 single-engine planes) for its pilot training needs. •

Phenom pour Ethiad

Le centre de formation de la compagnie commerciale Ethiad, l'Ethiad Flight Collège, a fait part d'une commande de 30 M$ pour quatre Phenom 100E auprès d'Embraer.
La filiale de l'opérateur d'Abu Dhabi devrait percevoir le premier exemplaire de l'appareil au début de l'année 2016. Avec cette commande, l'Ethiad Flight Collège disposera, à terme, de 20 appareils (dont 16 mono moteurs) pour la formation de ses pilotes.. •

Hawker 750 for SaxonAir

At the beginning of the summer, private operator SaxonAir added a Hawker 750 to its fleet. This new aircraft joins two other Hawker jets, one 900XP and one 400XP, and will be based at London-Luton. The new Hawker is being operated as part of the managed fleet and made its first flights in early June. •

Hawker 750 pour SaxonAir

L'opérateur privé SaxonAir a ajouté, au début de l'été, un Hawker 750 à sa flotte. Celui-ci viendra rejoindre deux autres Hawker, un 900XP et un 400XP, et sera basé à Londres-Luton. Les premières opérations de l'appareil qui est en gestion pour le compte d'un propriétaire, ont débuté fin juin. •

Luxaviation receives a Phenom 300

In Early July Embraer delivered its first Phenom 300 to Luxaviation. The new aircraft joins the 250 jets that make up the Luxaviation fleet. In less than two years, the group has become the second largest business aviation company in the world. For Embraer, this new delivery confirms the market's interest in the Phenom 300.
Indeed, it has been the top seller for the past two years and there are now over 250 aircraft in service. In 2015, the Phenom 300 accounts for 57% of the light business jet segment. •

Luxaviation réceptionne un Phenom 300

Début juillet, Embraer a livré à Luxaviation son premier Phenom 300. L'appareil rejoint ainsi la flotte de 250 appareils qui compose le groupe Luxaviation. Celui-ci est devenu, en moins de deux ans, le second plus important groupe d'aviation d'affaires dans le monde.
Pour Embraer, cette nouvelle livraison confirme l'intérêt du marché pour le Phenom 300. L'appareil reste en effet l'avion le plus livré dans sur le marché depuis deux ans, avec une flotte qui dépasse aujourd'hui les 250 unités. Le Phenom 300 représente à lui seul, en 2015, 57 % du segment des appareils légers. •

Two Gulfstream for Flexjet

Airframer Savannah has announced the delivery of the first two G450 to Dallas-based operator and fractional ownership specialist Flexjet. This delivery forms part of an order placed with Gulfstream in October 2014 for fifty aircraft. In addition to the G450, future deliveries will also include G500 and G650 jets. •

Deux Gulfstream pour Flexjet

L'annonce est arrivée par le biais du constructeur de Savannah. Celui-ci a en effet annoncé avoir livré les deux premiers G450 à l'opérateur Flexjet, basé à Dallas et spécialisé dans la vente en multipropriété.
Cette livraison fait suite à la commande passée par l'opérateur auprès de Gulfstream en octobre 2014 pour 50 avions. Outre du G450, la commande comprend la livraison de G500 et G650 •

Middle East Airlines orders a Legacy

One piece of news that went unnoticed at the latest edition of the EBACE Trade Show was the announcement of an order by Lebanese company Middle East Airlines (MEA) for a Legacy 500. This aircraft will allow the company to develop its new business aviation subsidiary. For MEA, the sector represents a new market that is developing as demand grows for charter flights in the region.

The establishment of the new company will allow the group to cater to its high-net-worth clients and gain a foothold on the private charter market. The new twin-engine jet will start flights at the end of 2015 and will be based at Beirut's Rafik Hariri International Airport. •

Middle East Airlines commande un Legacy

L'information est passée inaperçue durant le dernier salon de l'Ebace. La compagnie aérienne commerciale libanaise Middle East Airlines (MEA) a en effet annoncé la commande d'un Legacy 500.

L'appareil, doit permettre à la compagnie de développer une nouvelle filiale, dédiée à l'aviation d'affaires. Pour MEA, il s'agit d'un nouveau marché qui doit répondre au besoin croissant de vol a la demande dans la région.

La création de la nouvelle entité va permettre non seulement de répondre à sa clientèle haute contribution mais également aux demandes d'affrètements local. Le biréacteur qui entrera en service fin 2015 sera basé sur l'aéroport international Rafik Hariri de Beyrouth. •

Delta Private Jet continue son expansion

La filiale de la compagnie commerciale américaine Delta Airlines, Delta Private Jets (DPJ), pourrait connaître une bonne année 2015. L'opérateur a ainsi indiqué que la vente de cartes d'heures de vol prépayées aurait bondi de 33 % par rapport à l'an passé. Idem du côté des vols à la demande qui aurait, pour sa part, augmenté de 32 %, permettant ainsi à la société de voir grimper ses revenus de façon significative.

Fort de ces chiffres, DPJ a également indiqué avoir fait entrer de nouveaux appareils dans sa flotte, et les gérer pour le compte de propriétaires. Une expansion de la flotte qui passe également par une hausse d'activité, non seulement sur les vols, mais également sur son centre de maintenance basé à l'aéroport de Greater Cincinnat/Northern Kentucky International Airport. •

Delta Private Jet continues its expansion

Delta Private Jets (DPJ), a subsidiary of commercial carrier Delta Airlines, is set to enjoy an excellent year of business in 2015. The operator has announced that sales of its pre-paid flight hours cards have grown by 33% compared with last year. Similar growth has been recorded with charter flights (32%) which is reflected in excellent revenue figures. Buoyed by these successes, DPJ has also expanded its fleet with new aircraft that it operates on behalf of owners. As well as increased business in the skies, the company has also seen a rise in activity at its maintenance centre at Greater Cincinnati/Northern Kentucky International Airport. •

ACCESS
PANEL

Luxaviation *the new benchmark*

In less than two years Luxaviation has carved out an enviable position in the business aviation sector. Through a range of major acquisitions, notably the integration of giant operator ExecuJet in May this year, the group is now one of the largest business aviation operators in the world. This unprecedented pace of growth has, it must be said, raised a few eyebrows in the industry. To get a clearer picture, we asked Patrick Hansen, CEO of Luxaviation Group, for an interview. His forthright answers certainly set the record straight.

Luxaviation *la nouvelle référence*

En moins de deux ans, Luxaviation c'est fait bien plus qu'une place dans le milieu des opérateurs. Les diverses acquisitions réalisées, et notamment l'intégration d'un géant tel qu'ExecuJet, en mai dernier, en ont fait l'un des groupes les plus puissants sur la scène mondiale de l'aviation d'affaires. Cette expansion particulièrement rapide suscite encore, il est vrai, beaucoup d'interrogations dans le secteur. Pour y voir plus clair, nous avons sollicité Patrick Hansen, le président directeur général de Luxaviation Group, dans le cadre d'un interview. A la clé, des réponses sans langue de bois.

by Frédéric Vergnères

© photos :
• Luxaviation group

Ultimate Jet: Could you give us a brief history of Luxaviation?

Patrick Hansen: We established the structure known as Luxaviation in 2008 and it was awarded its first AOC in 2009. We started with just one aircraft. It has to be said though, that this was not the best time to start up a company in the sector both because of the financial crisis and the fact that we were not specially prepared for this kind of business. In 2010 I took over as CEO and set about gaining a clear understanding of the market mechanism and seeing just how this industry works.
What was abundantly clear was that the company could not exist with a fleet of just two or three aircraft. Moreover, the market was populated with an army of small operators. I quickly saw that the market had to go through a phase of consolidation and that it was much better to be on the side of the consolidators. From 2010 we started to build a structure with the necessary means to make the initial investments and our first strategic move was the acquisition of the German operator FairJets in 2011.

How did you set about selecting operators?

We carried out extensive research to study a large number of operators. Our choices have always been dictated by the good financial health of the companies, the state of their fleets and their operational track records. To give you an idea, for the acquisition of our present seven companies, we must have analysed 23.

Have some operators refused to join the Luxaviation Group?

Without wishing to appear too pretentious, I would say instead that that we have had to refuse a lot of offers.

Ultimate Jet : Pouvez vous nous brosser un bref historique de Luxaviation?

Patrick Hansen: En 2008, nous avons développé une structure dénommée Luxaviation qui a reçu son premier AOC en 2009. A l'époque, le démarrage s'est fait avec un seul appareil. Mais il faut reconnaître que cette période n'était pas spécialement favorable à la création d'une telle entreprise, non seulement par rapport à la crise financière, mais également parce que nous n'étions pas spécialement préparés pour ce type d'activité.
En 2010, j'ai repris les rênes de l'entreprise et me suis attelé à comprendre le mécanisme du marché et de cette industrie. Ce qui était très clair, c'est que l'entité ne pouvait être viable, ni avec un, ou deux, ou trois avions.
De plus, le marché comptait énormément de petits opérateurs. Ma réflexion a été de penser que ce marché allait et devait se diriger vers une phase de consolidation ; et qu'il valait mieux s'y retrouver dans le rôle du consolidateur. A partir de 2010, nous nous sommes donné les moyens nécessaires pour réaliser les premier investissements avec, à la clé, le début de la première acquisition de l'opérateur allemand FairJets, en 2011

Comment avez vous procédé pour la sélection des opérateurs ?

Nous avons réalisé de longues analyses et études auprès de très nombreux opérateurs. Les choix ont toujours été faits en fonction de la santé financière, de l'état de la flotte, ainsi que de l'historique opérationnel des exploitants.
En réalité, pour acquérir les sept sociétés actuelles, nous avons dû préalablement en étudier vingt-trois.

Certains opérateurs ont-ils refusé d'intégrer le groupe Luxaviation?

Je dirais plutôt, sans vouloir paraître trop prétentieux, qu'au contraire, nous avons dû refuser beaucoup d'offres.

Your latest acquisition, Execujet in May, surprised many people in the business. Could you tell us a little more about this takeover?

The choice of operators for the group has always followed a certain logic. We wanted to expand the fleet but also grow the group with maintenance and FBO hubs. ExecuJet was the perfect target for integration into Luxaviation.
We met with its senior management and explained our takeover strategy. The deal was concluded in just nine months.

What is Luxaviation's strategy in the medium term?

Our strategy is clear as far as 2019. First, by way of an example, it incorporates a cost-cutting approach for maintenance and fuel purchases.
We are also seeking to sustain the pace of new acquisitions worldwide, particularly in Asia which is becoming a rapidly growing market for us. Over the next four years we expect to see our fleet grow to around 500 aircraft.

In light of this strategy, are you still seeking to compete head-to-head with another private skies giant such as NetJets?

To be perfectly honest with you, I am not really interested in the competition since we are not in the same type of market.
Our strategy is completely different from that of NetJets. In reality, our aim is not to become one of the largest operators in the world but, rather, to conduct efficient transactions and generate real earnings.
I would say that we see our "competitors" more as potential acquisition targets

La dernière acquisition en date, celle d'Execujet en mai dernier, a surpris beaucoup de professionnels. Pouvez-vous nous en dire un plus sur ce rachat?

La sélection des opérateurs pour le groupe a toujours suivi une certaine logique. Nous voulions élargir le groupe, mais également ses activités, avec des pôles de maintenance et de FBO. ExecuJet faisait partie des opérateurs que nous souhaitions intégrer au sein de Luxaviation. Nous avons donc rencontré les dirigeants et fait part de notre volonté de rachat. La transaction a été réalisée en neuf mois.

Quelle est aujourd'hui la stratégie à moyen terme de Luxaviation?

Nous avons une stratégie bien établie jusqu'en 2019. Elle passe d'abord par une rationalisation des coûts, notamment en termes de maintenance ou d'achat de pétrole, pour ne citer que ces exemples.
Elle consiste également à maintenir le rythme de nouvelles acquisitions sur le plan mondial, et notamment en Asie, qui capte aujourd'hui toute notre attention. Notre but est de disposer, sous quatre ans, d'une flotte globale d'environ 500 avions.

Au vu de votre stratégie, votre but est-il également de rentrer en concurrence avec un autre géant du secteur tel que NetJets?

Pour être très franc avec vous, je ne porte pas d'intérêt à la concurrence, car nous ne sommes pas sur le même type de marché. Notre stratégie n'a rien à voir avec le concept de NetJets. En réalité, notre but n'est pas de devenir l'un des premiers opérateurs mondiaux, mais de réaliser des opérations efficaces et un véritable chiffre d'affaires. Je dirai que nous voyons plutôt nos « concurrents » comme des cibles potentielles à acquérir…

Is Luxaviation's buy-out policy likely to result in a monopoly situation for your group in certain segments of the market?

I would be very surprised if we found ourselves in a monopoly situation with a fleet of just 500 aircraft when the global market counts over 12,000 jets.
Here again, the business offers a range of opportunities and operators such as NetJets and VistaJet are on a different scale to Luxaviation. So there is still a lot of space in the market.

How do you manage to finance these acquisitions?

We started out self financing and with the support of investment funds. Several European banks also helped us to develop.
And last year we launched a bond issue on the Luxembourg Stock Exchange. By way of an example, the acquisition of ExecuJet was carried out with the participation of an Asian investor, Misheng Financial.
This holding company has placed substantial orders with a number of business jet manufacturers. I would also add here that we have always been completely transparent with regard to the financial details of our acquisitions and have nothing to hide.

What is your view of the current business aviation market and, more particularly, the position of operators?

With hindsight and knowing just how many operators function, I think that the sector is facing a huge problem in that there are too many small firms which are just not financially viable. Sooner or later, the banks and aircraft owners will realise that there are investing in companies which do not have the necessary resources to survive. I believe this situation is untenable and destined to disappear.
Operators will either quit the market or be consolidated. I am firmly convinced that in an industry such as business aviation, where safety is of paramount importance, you cannot allow companies that are financial "wobbly" to exist. And I am not alone in this: other large groups think along the same lines as Luxaviation in their determination to streamline the sector and build a lasting and healthy business aviation industry. We need to see more professionalism across the board in terms of both finance and operations.

La démarche d'acquisition entreprise par Luxaviation est t-elle annonciatrice d'un monopole par votre groupe, sur certains segments de marché?

Je serais très étonné d'être en quasi monopole avec une flotte de 500 avions, alors que le marché mondial en compte aujourd'hui plus de 12 000.
Encore une fois, l'activité offre plusieurs possibilités et des opérateurs tels que NetJets ou VistaJet n'ont pas du tout le même format que Luxaviation. Il reste donc encore largement de la place sur le marché.

Comment arrive-t-on à financer de telles acquisitions?

Nous avons démarré avec des fonds propres, mais aussi avec des fonds d'investissement qui nous ont appuyés. Plusieurs banques européennes nous ont également aidés à nous développer. Nous avons par ailleurs placé l'an passé des obligations sur le marché public au Luxembourg. A titre d'exemple, l'acquisition d'ExecuJet a été réalisée avec la participation d'un investisseur asiatique, Misheng Financial.
Une entité qui dispose, entre autres, d'une société de leasing et qui compte un carnet de commandes significatif auprès de nombreux constructeurs d'avions d'affaires.
Je tiens à rappeler a ce propos que toutes les informations financières concernant nos acquisitions ont toujours été rendues publiques – nous n'avons rien à cacher.

Quelle est votre vision actuelle de l'aviation d'affaires, et notamment de la famille des opérateurs?

Avec le recul, et surtout la possibilité d'avoir pu regarder de plus près le fonctionnement de beaucoup d'opérateurs, je crois que ce secteur fait face à un énorme problème : celui des petites entités qui ne sont pas viables économiquement. Je pense que tôt ou tard, les banques, tout comme les propriétaires d'appareils, s'apercevront qu'ils investissent dans des sociétés qui n'ont pas les fonds nécessaires pour survivre.
Je trouve cette situation aberrante et je pense que ce modèle va disparaître, soit parce que les opérateurs auront disparu du marché, soit parce qu'ils auront été consolidés.
Je reste convaincu que dans une industrie telle que l'aviation d' affaires, où la sécurité est l'un des premiers enjeux, on ne peut se permettre d'avoir des sociétés financièrement « bancales ». Je ne suis d'ailleurs pas le seul à partager ce constat et suis assez heureux de constater que d'autres grands groupes sont dans le même état d'esprit que Luxaviation afin de pérenniser, mais surtout d'assainir l'activité de l'aviation d'affaires. Cette industrie doit se professionnaliser, tant sur le plan financier qu'opérationnel.

Will the operators who have been integrated into the Luxaviation Group keep their identity in the long term?

I am often asked this question and I think it must come from people who are deeply attached to a given name.
In my opinion, the identity of the company is not important as long as the flights are operated in total safety. Identity stems more from a company's history and traditions. My overriding goal is to guarantee clients safe flights.
I see the identity of an operator or the decision to change name as more of a marketing issue than a real economic strategy. Above all, we are looking for profitability for operators and the group as a whole. We have to look at the amounts at stake. To be more precise, I am not going to lose time trying to solve an issue that will save me 100,000 euros a year when other priority areas can bring in millions in economies of scale through the bulk purchase of aviation fuel or streamlining of maintenance costs.
We also need to ask what the owner wants: to focus on the identity of the operator or the operational costs of his aircraft? I think we all know the answer. •

Les opérateurs actuellement intégrés au sein de Luxaviation garderont-ils, à terme, leur identité?

On m'a souvent posé cette question, et il faut croire que les gens qui me la posent restent très attachés au nom. De mon point de vue, l'identité de la compagnie importe peu dès l'instant où les opérations sont réalisées en toute sécurité.
L'identité tient plus de l'histoire de la compagnie et de ses traditions. Mon but premier est d'offrir aux clients des vols très sûrs. Pour moi, la question de la préservation de l'identité de chaque opérateur, ou de les faire passer sous un seul nom, est un détail qui relève finalement plus du marketing que d'une véritable stratégie économique.
Nous visons avant tout la rentabilité chez les opérateurs et pour l'ensemble du groupe. Il faut tout de même regarder les chiffres en jeu. Très clairement, je ne vais pas m'attarder aujourd'hui à résoudre un problème qui me permet d'économiser 100 000 €/an contre plus d'un million sur d'autres chantiers qui, eux, sont véritablement prioritaires, tels que l'achat groupé de kérosène ou la rationalisation des coûts de maintenance.
Il faut également se poser la question de ce que souhaite le propriétaire : va-t-il focaliser sur l'identité de l'opérateur ou sur les coûts opérationnels de son appareil ?
Je pense que tout le monde connaît déjà la réponse. •

First impressions count. Shine with our premium aircraft painting.

The painting of your aircraft is about more than just colour and first impressions, however. It also protects and preserves the aircraft's value. Our professional service offers first-class quality for the both the aesthetic and practical sides of painting. Our skilled advisors work to the highest quality standards and down to the smallest detail, from the planning stage through to completion. As a full service provider we offer maintenance, refurbishment and painting during one single downtime. Trust and partnership form the basis of our customer relationships. Together, we will get it right.

RUAG Aerospace Services GmbH | RUAG Aviation | Business Aviation
Munich Executive Airport | 82231 Munich-Oberpfaffenhofen | Germany
Phone +49 8153 30-2011 | info.businessaviation@ruag.com
www.ruag.com/ba/painting

Together ahead. RUAG

LUNAJETS
Fly private at the best price

COMPANY

LUNAJETS
Broker 5.0

The aircraft brokerage market is without doubt one of the most competitive in the business aviation sector. At the same time, the industry has had to face up a profound change in the expectations and behaviour of its customers who have adopted a new approach to their consumption of private aviation services. Today's customers are better informed and, as a result, more demanding than ever before. Smartphone internet technology, the main driving force behind this revolution, has become one of the principal challenges for the modern private aviation sector. And it forms the foundations of LunaJets' entire strategy.

LUNAJETS
Fly private at the best price

LUNAJETS
Courtier 5.0

**Le marché du courtage aérien reste sans aucun doute l'un des secteurs les plus concurrentiels qui soit dans le domaine de l'aviation d'affaires.
Et parallèlement à cette contrainte, le secteur a dû faire face à un profond changement comportemental de la clientèle. Celle-ci a en effet modifié ses habitudes et sa façon de consommer l'aviation d'affaires.
Mieux informée qu'auparavant sur ce marché, elle est devenue plus exigeante.
L'outil nomade numérique, principal moteur de cette évolution, est devenu l'un des enjeux de l'aviation d'affaires de demain.
Enjeu sur lequel, LunaJets a bâti toute sa stratégie.**

by Frédéric Vergnères

© photos :
• LunaJets
• Florian C. Dahm

Eymeric Segard, CEO and Founder - Laurent Détroyat, CCO

While the idea of the democratisation or popularisation of business aviation has long raised smiles among many leading players in the sector, it is a highly relevant and important trend in the opinion of Laurent Détroyat, Chief Commercial Officer at LunaJets and one of its founding shareholders. Established in 2007 by three visionary entrepreneurs, including Laurent Détroyat and Eymeric Segard, CEO at LunaJets, the company has quickly grown into a benchmark on the aircraft brokerage market.

DIGITAL TARGET

The Geneva-based company is an aircraft broker with an unusual track record. LunaJets owes its growth to the strength of its communication which has been solely pursued through digital tools and social media.

Hardly ever seen in the traditional media, the company has based its entire strategy on the internet. Laurent Détroyat explains, "*We have built our reputation online and by means of aggressive email push campaigns. But we did have the advantage of excellent contacts in the financial world, particularly in London, thanks to one or our associates. Today, our best vehicle for promotion is by far our clientele.*" And it has to be said that post-financial crisis customers have adopted these new media and social networks with enthusiasm.

In line with the latest e-trends, the application that LunaJets launched in May sums up the whole strategic thinking behind this multimedia approach to business.

But what are the benefits? Beyond its cutting-edge, "geek" appeal, the LunaJets application is designed to make travelling by private business jet much easier for both present and potential clients. Often compared to the controversial Uber application ▶

Démocratisation de l'aviation d'affaires. Si la formule a longtemps pu faire sourire ou laisser songeurs les différents acteurs de ce secteur, elle reste un symbole fort et encore plus d'actualité pour Laurent Détroyat, directeur commercial de LunaJets et l'un des fondateurs et actionnaires de la société.

Créée en 2007 par trois personnes, dont Laurent Détroyat et Eymeric Segard, actuel p-dg de LunaJets, l'entité est devenue, au fil du temps, l'une des références sur le marché des courtiers aériens.

OBJECTIF NUMÉRIQUE

Basée à Genève, la société reste un courtier aérien à l'historique atypique. LunaJets ne doit en effet sa croissance qu'à la seule force d'une communication par le biais des outils numériques et des réseaux sociaux.

Peu présente, voire absente des médias dits traditionnels, la société a misé sur l'Internet, comme le souligne Laurent Détroyat : « *Nous nous sommes faits connaître via le Web et par le biais de campagnes d'e-mailing agressives. Mais nous étions également particulièrement bien connectés au monde de la finance, notamment à Londres, grâce à l'un des associés. Aujourd'hui, notre meilleur vecteur de promotion est, de loin, notre clientèle* ».

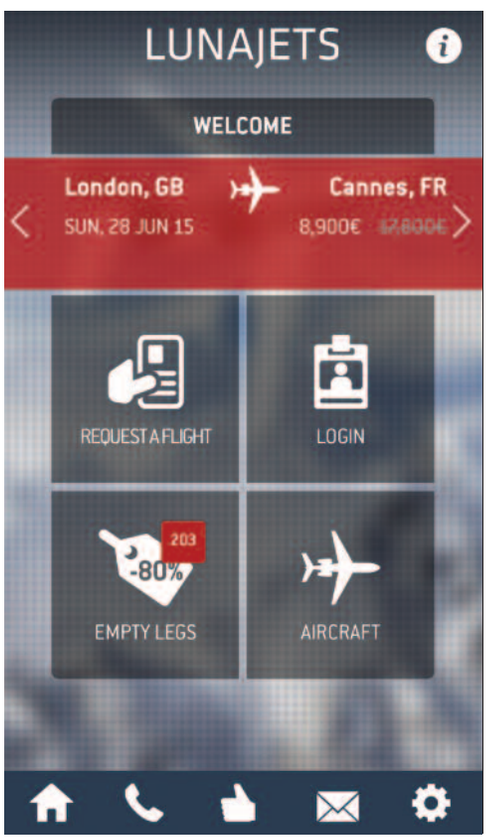
Au regard de cet historique, force est de constater que la clientèle post-crise s'est effectivement convertie, avec facilité, aux nouveaux modes de communication.

Suivant la technologie actuelle, l'application lancée en mai dernier par LunaJets résume à elle seule la logique stratégique dans le monde du multimédia.

Mais avec quels avantages ? Au-delà du côté « geek » et tendance, l'application LunaJets a pour vocation de simplifier le voyage par avion d'affaires aux actuels et potentiels utilisateurs de ce mode de transport. Comparé, à juste titre, à la très décriée application « Uber » dans la presse américaine, le système de LunaJets permet d'effectuer la réservation d'un ▶

▶by the American media, the LunaJets system can be used to book a flight from among 200 empty leg proposals posted online by the company.
"*Our application includes all the functions for booking a private flight regardless of the time or place of booking. Our philosophy is to be available around the clock when our clients need us,*" summarises Eymeric Segard. He adds, "*The application gives just the information that our clients need. We combine the best of two worlds: technology and flawless service to help our clients pay less and fly more by using their smartphones.*"
In addition to on-the-go bookings, the roaming application allows tailored service for extras such as a smoking flight, transportation of pets etc. Once clients are registered with the service, they receive push mails on their smartphones or tablets for promotions about their favourite routes and the day's special offers and promotions.

▶vol parmi plus de 200 offres quotidiennes de vols à vide proposées par la société. «*Notre application comprend les fonctions essentielles pour réserver un vol en jet privé indépendamment de l'heure ou du lieu. Notre philosophie est celle d'être toujours disponibles lorsque vous avez besoin de nous* », professe Eymeric Segard, avant d'ajouter :
« *L'application ne fournit que l'information nécessaire à nos clients. Nous combinons le meilleur des deux mondes : la technologie et un service impeccable afin d'aider nos clients à payer moins et voler plus, maintenant grâce à leurs mobiles* ».
Outre la réservation d'un appareil « sur le pouce », le logiciel « nomade » permet de réaliser des demandes pour un service sur mesure (cabine fumeur, transport d'un animal de compagnie, etc.).
Une fois enregistré, le client pourra également bénéficier des « alertes » (ou *push*) personnalisées sur son smartphone ou sa tablette en fonction de ses itinéraires préférés, mais également les meilleures offres du jour.



THREE SOURCES FOR A FLIGHT

The application - available on iPhone, iPad, Android and BlackBerry – certainly looks set to revolutionise the market. While the business aviation sector, much like private chauffeured car rentals, will never reach out to the mass market, the use of such a system will nevertheless tap into a new clientele and serve to build loyalty. However, setting up these new technologies and the company does not mean that it follows a low cost approach to the business, as Laurent Détroyat confirms. "*Before any co-operation agreement with an operator, we carry out a detailed audit in line with our very strict specifications. We adhere to our commercial values and when problems crop up on an aircraft (AOG for example) we find a solution.*" Nevertheless, being able to offer flights at really competitive prices requires an expert knowledge of the market and a tried and tested network. This is especially the case for empty leg flights when aircraft are sent to pick up passengers at a specific destination or return empty to their base. These empty leg flights form the core of LunaJets' strategy and represent a market in its own right with its own set of rules.

The company relies on three distinct sources to ensure that it can offer the widest choice of flights. First, operators who use a shared system to propose their available flights to the company. Second, LunaJets deploys market intelligence to catch some empty leg flights that operators have not necessarily decided to promote.

This method allows the broker to set up exclusive rights for the flight. While these two sources provide the lion's share of LunaJets' offer, the broker also relies on a system that was set up by Avinode. This sourcing company for aviation professionals is the world's leading tool for buying and selling air charter. It brings buyers and sellers together in a state-of-the-art online marketplace and has become a sector leader since it was set up in 2002.

TROIS SOURCES POUR UN VOL

L'application disponible sur iPhone, iPad, Android, ainsi que BlackBerry, devrait bel et bien révolutionner le marché.

A l'instar des VTC et autres taxis. Si l'aviation d'affaires ne se destinera jamais au grand public, l'utilisation d'un tel système devrait en revanche permettre au marché d'attirer une nouvelle clientèle et, au-delà, de la fidéliser à ce type de transport. Mais création d'une telle solution technique et facilité d'emploi ne signifient pas pour autant opérations et opérateurs à bas prix, comme l'indique Laurent Détroyat : « *Nous réalisons, avant chaque coopération avec un opérateur, des audits selon des exigences très précises. Au moindre problème, nous rayons la compagnie de la liste. Nous maîtrisons notre chaîne de vente et lorsqu'un problème survient sur un avion (type AOG - avion bloqué au sol), nous trouvons une solution* ».

Pour autant, proposer des vols à des prix très compétitifs exige une très bonne connaissance du marché et un réseau parfaitement rodé. C'est d'autant plus le cas sur les vols dits « à vide ». Ces derniers sont considérés comme tels lorsqu'un avion réalise un vol sans passager vers une destination prédéfinie. Il réalise ce trajet soit pour la « mise en place » dans l'attente du client, soit lors du retour à sa base de départ.

Cœur de la stratégie de LunaJets, les vols à vide ou « empty legs » sont un marché à part et demandent une gestion particulière. La société fait donc appel à trois sources distinctes afin de proposer un plus grand nombre possible de vols. Première d'entre elles : les opérateurs qui, via un système commun, proposent les vols disponibles à la société. Parallèlement, LunaJets établit une veille pour « accrocher » certains vols à vide qui n'auraient pas été promus par les opérateurs. Cette source permet notamment au courtier d'établir avec les opérateurs une exclusivité sur le vol. Si les deux premières solutions sont couramment utilisées et constituent le cœur des propositions de LunaJets, le courtier aérien peut également faire appel, en dernier recours, au système mis en place par Avinode.

Cette société « source », réservée aux professionnels et référençant le plus gros volume de vols de ce type dans le monde, est devenue en moins d'une décennie un acteur incontournable.

A GROWING MARKET

This reactivity and daily market intelligence are carried out at LunaJets' Geneva base where it employs a team of 22 people, all with a background in the hotel and hospitality industry.

As Laurent Détroyat stresses, "*It is probably one of the best training grounds for this type of business which demands faultless and attentive service.*"

Indeed, the average age of the team is under thirty and between them they speak ten or so languages. While the CEO freely admits that it took time to build up this skilled team, he is confident for the future of the company in terms of its operational capacity and the prospects offered by the market.

"*The aircraft brokerage market is huge and very competitive. In comparison with our competitors, we believe that we have offers that are adapted to the needs of our clients and not vice versa. Moreover, our strategy is not to pull off huge financial coups from time to time, but rather to establish regular levels of business to build loyalty first with our customers and then with the operators we work with. This is really important when it comes to direct negotiations and helps to ensure the long-term future of the company.*"

Despite an overall 4% fall in traffic in Europe in the first quarter of the year, due mainly to fewer flights to and from Russia (down by 30%) and a downturn in very light jet (VLJ) business, Laurent Détroyat confirms that this trend has not affected business at LunaJets.

Quite the opposite, "*These figures are no reflection of what we see on a day-to-day basis. We have a lot of VLJ operations. In the first half of the year business was up by 50% on last year with a total of 1,500 flights.*" He puts this down to, "*a market that places great importance on correct pricing and prefers services such as those that we provide rather than pre-paid cards, fractional ownership or direct operators.*"

He concludes, "*We base our solutions on the need to overcome market inefficiencies. Furthermore, we are not blocked by an operator since we use mostly empty leg flights. This means we can offer really competitive prices while ensuring that our clients are fully aware of the 'perishable' nature of an empty leg product in that it can disappear at any moment it is not booked straight away.*"

UN MARCHÉ EN HAUSSE

Cette réactivité et le suivi quotidien du marché sont réalisés depuis la base même de Genève où LunaJets emploie actuellement une équipe de 22 personnes, toutes issues de la filière hôtelière, comme aime le souligner Laurent Détroyat : « *Sans doute l'une des meilleures formations pour ce type de métier qui demande beaucoup d'écoute et d'attention* ».

De fait, la moyenne d'âge du personnel ne dépasse pas la trentaine et le niveau linguistique fait appel à la connaissance de plus d'une dizaine de langues.

Si le dirigeant avoue avoir mis du temps à consolider son équipe, il est en revanche confiant dans l'avenir de la société, non seulement concernant sa capacité opérationnelle, mais également en termes de marché : « *Le marché du courtage aérien est un secteur d'activité énorme et très concurrentiel. Par rapport à la concurrence, nous estimons avoir des offres qui s'adaptent à notre clientèle, et non l'inverse. De plus, notre stratégie n'est pas de faire de très gros coups financiers ponctuels, mais plutôt des opérations régulières afin de fidéliser d'abord notre clientèle, ainsi que les opérateurs avec lesquels nous travaillons. Ceci est d'autant plus important pour disposer d'un rapport plus direct lors des négociations et pérenniser in fine l'activité de l'entreprise* ». Malgré une chute globale du trafic en Europe de 4 % sur le premier trimestre de l'année, imputable notamment à la baisse des vols sur la Russie (- 30 %) et une activité des jets d'entrée de gamme en fort retrait, Laurent Détroyat n'a pas ressenti de frein à son activité. Mieux, selon lui « *Ces chiffres ne reflètent pas du tout ce que nous voyons au quotidien. Nous avons beaucoup d'opérations sur VLJ (Very Light Jet, avion d'entrée de gamme). Sur le premier semestre, nous avons enregistré une hausse de 50 % de notre activité par rapport à l'an passé, où nous avions déjà organisé un total de 1 500 vols* ».

Une hausse d'activité qui, selon le dirigeant, s'explique par « *un marché qui privilégie le positionnement des prix et une prestation comme la nôtre à des cartes prépayées, à de la propriété partagée ou aux opérateurs en direct* ».

Avant d'ajouter : « *Nous mettons en avant l'inefficacité dont pâtit le marché. De plus, nous ne sommes pas bloqués par un opérateur, car nous utilisons essentiellement les vols à vide. Cela nous permet de proposer des prix très compétitifs, tout en tenant notre clientèle informée de ce qu'est un « empty leg »* : un produit périssable, qui peut disparaître à tout moment s'il n'est pas sélectionné ».

2015 has been extremely promising so far for LunaJets. The introduction of its application should help the company to develop its empty leg business which currently accounts for 15% of sales.

And while the traditional air charter market is still buoyant, this new business model casts doubts about its long-term survival. Last year the company recorded sales of 20 million euros and is already forecasting between 2,300 and 2,400 flights this year thanks to its new tool. This translates into growth of "*40% in 2015 and then in the region of 30 to 40% per year over the coming decade,*" confirms Laurent Détroyat.

Alongside this organic growth, LunaJets management is also looking at other development plans such as the acquisition of certain competitors and expansion in new geographical regions and new business segments. •

L'année 2015 s'est engagée sous les meilleurs auspices pour LunaJets. La mise en place de l'application devrait permettre à la société de développer son marché des vols à vide, lequel représente aujourd'hui 15 % de son chiffre d'affaires. Les vols à la demande classiques ont donc encore le vent en poupe. Mais pour combien de temps ? L'entreprise a réalisé l'an passé un chiffre d'affaires de 20 M€. Elle prévoit d'atteindre, grâce au nouveau modèle, entre 2 300 et 2 400 vols cette année et de connaître une croissance fulgurante : *« 40 % en 2015 et de l'ordre de 30 à 40 % par an dans les années à venir »*, estime Laurent Détroyat.

Malgré des chiffres en hausse, les dirigeants de LunaJets envisagent déjà de nouveaux plans de développement. Parmi les pistes également envisagées : l'acquisition de certaines sociétés concurrentes et le développement de l'entité dans de nouvelles zones géographiques et sur de nouveaux segments d'activité. •

Spread Your Wings in 360°

Invite your clients on board, anytime, anywhere.

Flash for a Demo

Service includes:

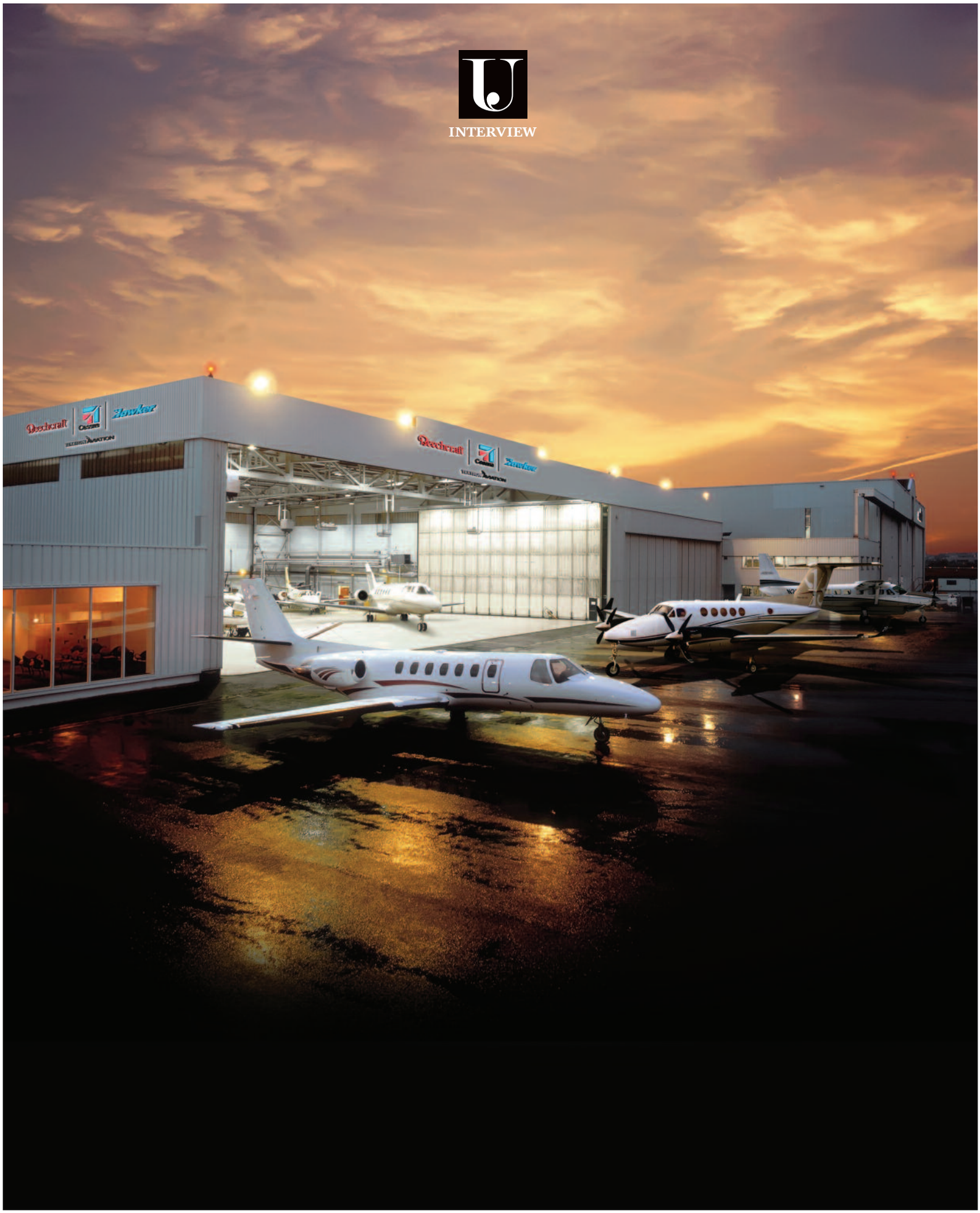
- 360° aircraft tour
- Aircraft photoshoot

"Best innovation in aircraft trading space."
"An interactive aircraft tour as if you were on board."
"State-of-the-art and easy production solution."

www.electronic-eye.com
contact@electronic-eye.com

electroniceye
INTERACTIVE IMAGERY

INTERVIEW



CESSNA
Manufacturer Interview

Following the recent certification of the Citation Latitude, Ultimate Jet was keen to find out more about an airframer which has been through its fair share of crises in recent years. We take a closer look at its partnership with Beechcraft, its sales, markets and the company's future through the eyes of Tom Perry, Textron Aviation's Vice President of Sales, Europe, and William Schultz, Textron Aviation's Senior Vice President, Business Development – China.

CESSNA
manufacturer Interview

Alors que le Citation Latitude vient à peine d'être certifié, Ultimate Jet a souhaité en savoir un peu plus sur un constructeur marqué par les années de crises. Retour sur sa complémentarité avec Beechcraft, ses ventes, son marché, mais également l'avenir de l'avionneur, par l'entremise de Tom Perry, vice président des ventes Europe pour Textron et de William Schultz, Vice-président directeur, Développement commercial - Chine.

by Frédéric Vergnères

© photos :
• Cessna Aircraft Comapny
• Paul Bowen
• Mike Fizer

Tom Perry
Textron Aviation's
Vice President of Sales, Europe

Ultimate Jet: Cessna has been through a tough time of late. What is the manufacturer's strategy for the next five years and what are the challenges you have to face?

Tom Perry: Our business has developed significantly and is excellently positioned to capitalise on the market upswing.

We have continued to invest, bringing more than 30 new products to the market in the past decade and significantly expanding our global customer service. We now have the world's largest network of factory-owned service facilities supporting Cessna, Beechcraft and Hawker products.

As we deliver more Cessna and Beechcraft products, we will continue to integrate these channels, increasing support, parts availability and engineering support as we do so. We have listened to our customers' concerns about their environmental challenges and now lead the industry in robust, resilient design.

Since the integration of Beechcraft in the Textron group, what have been the visible benefits for Cessna?

Tom Perry: The iconic Beechcraft, Cessna and Hawker brands remain distinct brands to preserve their rich histories and respective strengths in the marketplace.

Textron's experience in the industry and its commitment to continued investment in new products and services make it an ideal parent company for the Beechcraft, Cessna and Hawker brands.

Textron Aviation is maintaining our commitment to producing high quality aircraft and providing world-class service for customers.

Leveraging each company's facilities and employee teams creates an even stronger value proposition for customers, giving them additional reasons to own aircraft within the Textron family.

Ultimate Jet: Cessna sort d'une période difficile. Quelle est la stratégie à venir du constructeur pour les cinq prochaines années et quels sont les défis que vous devez relever?

Tom Perry: Notre entreprise s'est développée de manière significative et elle est très bien positionnée pour profiter de la reprise du marché. Nous avons continué à investir, apportant plus de 30 nouveaux produits sur le marché dans la dernière décennie et en élargissant notre service à la clientèle mondiale. Aujourd'hui, nous disposons du plus grand réseau d'installations appartenant aux usines et proposant du service après vente pour les produits Cessna, Beechcraft et Hawker. Avec la livraison de plus de produits Cessna et Beechcraft, nous allons continuer à intégrer ces canaux, à améliorer notre SAV, à augmenter la disponibilité des pièces du soutien technique. Nous avons écouté les préoccupations de nos clients et sommes le chef de file dans l'industrie en termes de conception robuste, résiliente.

Depuis l'arrivée de Beechcraft dans le groupe Textron, quels ont été les bénéfices visibles pour Cessna?

Tom Perry: Les marques emblématiques Beechcraft, Cessna et Hawker restent des marques distinctes pour préserver leurs riches histoires et leurs forces respectives sur le marché. L'expérience de Textron dans l'industrie et son engagement à la poursuite des investissements dans de nouveaux produits et services en font une société mère idéale pour les trois marques précitées.
Textron Aviation maintient notre engagement à produire des avions de haute qualité et de fournir un service de premier ordre pour les clients. Tirer parti des installations et des équipes de chaque entreprise nous permet de formuler une proposition encore plus forte et d'apporter plus de valeur pour nos clients, en leur donnant des arguments de poids dans la perspective de l'acquisition d'avions au sein de la famille Textron.

In the long term, is Cessna looking to regroup its turboprop offer under the single Beechcraft banner to ensure that there is only one brand on this market segment in the Textron group?

Tom Perry: No, the iconic Beechcraft, Cessna and Hawker brands remain distinct brands to preserve their rich histories and respective strengths in the marketplace.

What about the production of Citation Mustang today?

Tom Perry: The Citation Mustang launched the light jet segment for the industry. Owner popularity has resulted in more than 450 aircraft deliveries with fleet time approaching 500,000 hours.
Owner feedback remains strong, therefore driving the continued production of the Mustang as the first entry point in the Citation jet line-up.

Which are the best-sellers for Cessna Jet division today?

Tom Perry: In the entry-level jet sector, the Citation M2 has proven itself the leader, while the sweet spot in the larger single-pilot jet series is contested between the efficient Citation CJ3+ and the slightly more powerful Citation CJ4. The Citation XLS+ remains a bestseller in its class and we have very high expectations for the recently certified Citation Latitude, the first deliveries of which start this quarter.

A terme, Cessna envisage-t-il de rétrocéder sa gamme d'avions à hélice sous la seule marque Beechcraft, afin qu'il n'y ait plus qu'une seule et même entité sur ce segment de marché dans le groupe Textron?

Tom Perry: Non, les marques emblématiques Beechcraft, Cessna et Hawker restent des marques distinctes pour préserver leurs histoires respectives, riches et fortes, sur le marché.

Qu'en est-il aujourd'hui de la production du Citation Mustang?

Tom Perry: Le Citation Mustang a lancé le segment des biréacteurs légers dans le monde de l'aviation d'affaires. Sa popularité auprès de ses propriétaires a suscité la vente de plus de 450 d'avions, qui ont accumulé quelque 500 000 heures de vol.
Le taux de satisfaction parmi ses utilisateurs est tel que le niveau de production ne baisse pas, garantissant ainsi le positionnement du Mustang en tant que le produit phare d'entrée de gamme pour la famille Citation.

Quelles sont aujourd'hui les meilleures ventes dans la division jet de Cessna?

Tom Perry: Dans le secteur des jets d'entrée de gamme, le Citation M2 a gagné la place de n° 1, tandis que la positon de chef de file dans la série mono-pilote de plus grande envergure est contestée entre le Citation CJ3+ et le CJ4 Citation, légèrement plus puissant.
Le Citation XLS+ reste un produit à succès dans sa catégorie et nous avons de grands espoirs pour le Citation Latitude, récemment certifié, avec les premières livraisons prévues pour ce trimestre.

Which are the best world sales areas?

Tom Perry: Currently, North America continues to be the continent providing the majority of our aircraft orders. However, South America, particularly Brazil, and Europe, led by Germany, are also important.

Some rumors we state a possible redefining of Citation Longitude. A device seems like bigger and with new technical characteristics. Could you tell it to us more?

Tom Perry: Following the now certified Citation Latitude, the Citation Longitude is the next jet product in work.
The Citation Longitude is the company's solution to providing customers the ability to stay with the Citation family for a larger jet offering.
There is a steady investment stream on the Longitude, with current activity centered on gathering customer input to drive the features that will make the aircraft unique. The aircraft is expected to make its debut in 2015, at which time you can expect to hear more about its features and performance.

Quelles sont les régions qui dominent ces ventes?

Tom Perry: Actuellement, l'Amérique du Nord continue à être le continent où nous décrochons la majorité de nos commandes. Néanmoins, l'Amérique du Sud, notamment le Brésil, et l'Europe, Allemagne en tête, restent des marchés très importants.

Quelques rumeurs on fait état d'une possible redéfinition du Citation Longitude. Un appareil semble-t-il plus gros, et avec de nouvelles caractéristiques techniques. Pourriez-vous nous en dire plus?

Tom Perry: Suite à la certification du Citation Latitude, nous concentrons nos efforts sur le développement du Citation Longitude.
En effet, le Citation Longitude est la solution idéale pour que nos clients puissent rester avec la famille Citation et découvrir une offre plus large et plus sophistiquée.
Il y a un flux d'investissement soutenu pour le Longitude, et nous travaillons en ce moment sur la collecte de commentaires de nos clients pour la conception et le développement des caractéristiques qui en feront un avion unique. L'avion devrait faire ses débuts en 2015, date à laquelle vous pouvez vous attendre à en apprendre davantage sur ses caractéristiques et performances.

William Schultz
Textron Aviation's
Senior Vice President,
Business Development - China

Ultimate Jet: What about the Asian market and, more particularly, China? What are the real economic prospects for sales of Cessna aircraft in China?

William Schultz: Textron Aviation is enjoying very encouraging sales success in China, as our products are well matched the country's air transport needs. For example, we recently announced an order for 20 Grand Caravan EX Amphibian aircraft from Zhoushan AVIC Joy Air General Air Co., Ltd, which will be used for commuter flights between coastal areas, including Shanghai, Zhejiang, Fujian, Guangdong and Yunnan province, and for air tours and charter flights. We are seeing similar opportunities for Grand Caravans and Beechcraft King Air 350i aircraft elsewhere along the east coast and in regions such as in Inner Mongolia.
Furthermore, we are experiencing good demand in the flight training aircraft sector. Textron Aviation is addressing parts of the market where there is clear, current demand and we remain very optimistic about our prospects in China.

Ultimate Jet: A propos du marché asiatique, et plus particulièrement chinois, quels sont aujourd'hui les véritables retombées économiques pour Cessna? La Chine est-elle véritablement porteuse de ventes pour vos modèles?

William Schultz: Textron Aviation connaît un succès très encourageant en Chine, nos produits étant bien adaptés aux besoins de transport aérien dans le pays. Par exemple, nous avons récemment annoncé une commande de 20 avions Grand Caravan EX Amphibian pour le compte de Zhoushan AVIC Joy Air General Air Co., Ltd.
Ces avions seront exploités pour des vols en zones côtières, y compris Shanghai, Zhejiang, Fujian, Guangdong et la province du Yunnan, ainsi que pour des vols à la demande. Nous disposons de perspectives similaires pour nos Grand Caravan et Beechcraft King Air 350i sur la côte est et dans des régions telles que la Mongolie intérieure. En outre, nous avons enregistré de vrais besoins dans le secteur de la formation des pilotes. Textron Aviation se penche sur certaines parties du marché où il y a une vraie demande et nous demeurons très optimistes quant à nos perspectives en Chine.

Citation Jet: a large young family

Cessna's twin-engine range has clearly been in a state of constant upheaval in recent years. Changes of name, new versions and new models have left more than a few industry analysts a little puzzled, in particular for the CJ range.

Cessna's current catalogue includes 8 aircraft in service and one new jet at the development stage. The aircraft provide a very wide operational capacity with ranges from 1,200 nm (2,222 km) to 4,000 nm (7,408 km). In the VLJ class, Citation boasts its best-selling Mustang jet. And the airframer expanded its offering in this category with the launch in 2013 of the Citation M2.

The CJ range comprises two CJ3+ jets and one CJ4 which have ranges of 2,040 nm (3,778 km) and 2,170 nm (4,019 km) respectively. The intermediate segment is represented by the Citation XLS+ and the airframer's latest model, the Citation Latitude. The two jets can carry up to 9 passengers and fly 2,100 nm (3,892 km) and 2,850 nm (5,278 km) respectively.

On the super-intermediate segment, the airframer proposes two aircraft in the shape of the Citation Sovereign+ and the Citation X+. These two jets can accommodate 12 passengers over ranges of 3,190 nm (5,907 km) and 3,460 nm (6,407 km). While these two models currently form the manufacturer's top-end offer, 2015 is due to see Cessna's entry into the wide-body category. Indeed, the forthcoming NBAA Business Aviation Convention and Exhibition in Las Vegas should provide us with an opportunity to learn more about the Citation Longitude project which was launched in May 2012 and which has since no doubt undergone some design and technical updates. •

Citation Jet : une grande et jeune famille

Force est de constater que la gamme des biréacteurs de Cessna est, depuis quelques années, en perpétuels mouvements. Changement de dénomination, nouvelles versions et nouveaux modèles auront sans doute dérouté plus d'un professionnel, notamment sur la gamme CJ. Le catalogue de Cessna compte actuellement huit appareils en service et un avion en cours de développement. La gamme offre des appareils dont l'autonomie en vol va de 1 200 nm (2 222 km) à 4 000 nm (7 408 km), soit un très large spectre d'opérations. Chez l'avionneur, l'entrée de gamme Citation met en scène l'une des meilleures ventes de la marque : le Mustang. L'entrée en service en 2013 du Citation M2 a permis à l'avionneur d'enrichir son offre sur cette catégorie d'appareil. La gamme CJ proprement dite se résume à deux appareils : le CJ3+ et le CJ4, deux biréacteurs affichant respectivement 2 040 nm (3 778 km) et 2 170 nm (4 019 km) d'autonomie.

Le segment intermédiaire est, quant à lui, représenté par le Citation XLS+ et le dernier né de l'avionneur : le Citation Latitude. Capables de transporter jusqu'à neuf passagers, les deux appareils revendiquent respectivement des distances franchissables de 2 100 nm (3 892 km) et 2 850 nm (5 278 km). Pour le marché des « super-intermédiaires », Cessna propose deux appareils: le Citation Sovereign + et le Citation X+.

Deux machines capables de transporter jusqu'à douze passagers sur des distances, respectivement, de 3 190 nm (5 907 km) et 3 460 nm (6 407 km). Si le haut de gamme de l'avionneur est actuellement tenu par ces deux modèles, l'année 2015 devrait en revanche signer l'entrée de Cessna chez les constructeurs d'appareils à large cabine. Le prochain salon du NBAA pourrait en effet permettre d'en savoir davantage sur le projet du Citation Longitude, lancé en mai 2012, et qui pourrait avoir subi quelques modifications, tant dans ses lignes que du point de vue technique.•

Models **Modèles**	**Entry into service** **Entrée en service**	**Max. number of passengers.** **Nbre de passagers max.**	**Maximum range** **Autonomie Maximum**
Citation Mustang	2006	5	1,200 nm - 2,222 km
Citation M2	2013	7	1,540 nm - 2,852 km
Citation CJ3+	2014	9	2,040 nm - 3,778 km
Citation CJ4	2010	10	2,170 nm - 4,019 km
Citation XLS+	2008	9	2,100 nm - 3,892 km
Citation Latitude	2015	9	2,850 nm - 5,278 km
Citation Sovereign+	2013	12	3,190 nm - 5,907 km
Citation X+	2014	12	3,460 nm - 6,407 km
Citation Longitude	2017	12	4,000 nm - 7,408 km

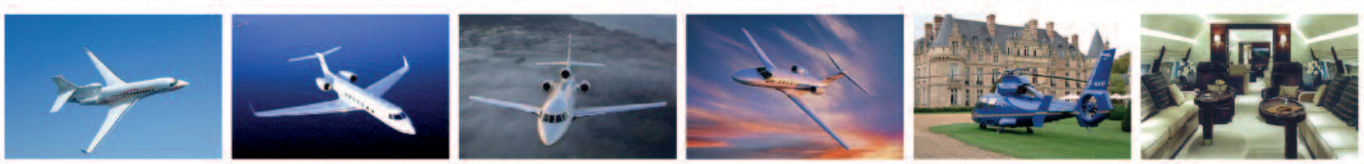
JET MONDE

ALL AROUND THE WORLD ...

Sylvie DARNAUDET
President

25 YEARS OF EXPERIENCE IN BUSINESS AVIATION AT YOUR SERVICE

BUSINESS JETS - CORPORATE AND VIP FLIGHTS - MEDICAL FLIGHTS - URGENT FREIGHT - AERONAUTICAL ADVICE



86, RUE DE DUBLIN - 93 350 LE BOURGETAIRPORT - FRANCE - **24h/24 7j/7 : +33 (0)1 84 20 42 20**

jetmonde@jetmonde.com - **www.jetmonde.com**

Eric RUMEAU
CEO

MAPAERO
putting color into high technologies

**Nothing could seem more banal than aircraft livery.
Whether in the multi-colored forms seen on some commercial aircraft or in a more sedate, low-key version on business jets, color is first and foremost a matter of identity for the operator or the owner. Yet behind this coat of paint, the reality is far more complex and often involves a combination of art and high-tech innovation. Mapaero is on the cutting-edge of what has grown into a revolutionary sector.**

MAPAERO
les hautes technologies prennent de la couleur

**Rien ne semble plus banal qu'une livrée sur un appareil.
Qu'elle soit bariolée, à l'image de celles de certains avions commerciaux, ou épurée comme souvent dans l'aviation d'affaires, la couleur est avant tout une affaire d'identité pour l'opérateur ou le propriétaire.
Pourtant, derrière ce simple « coup » de peinture, se cache une réalité plus complexe où se mêlent art et haute technologie. Un domaine dans lequel Mapaero pointe à l'avant garde d'une petite révolution.**

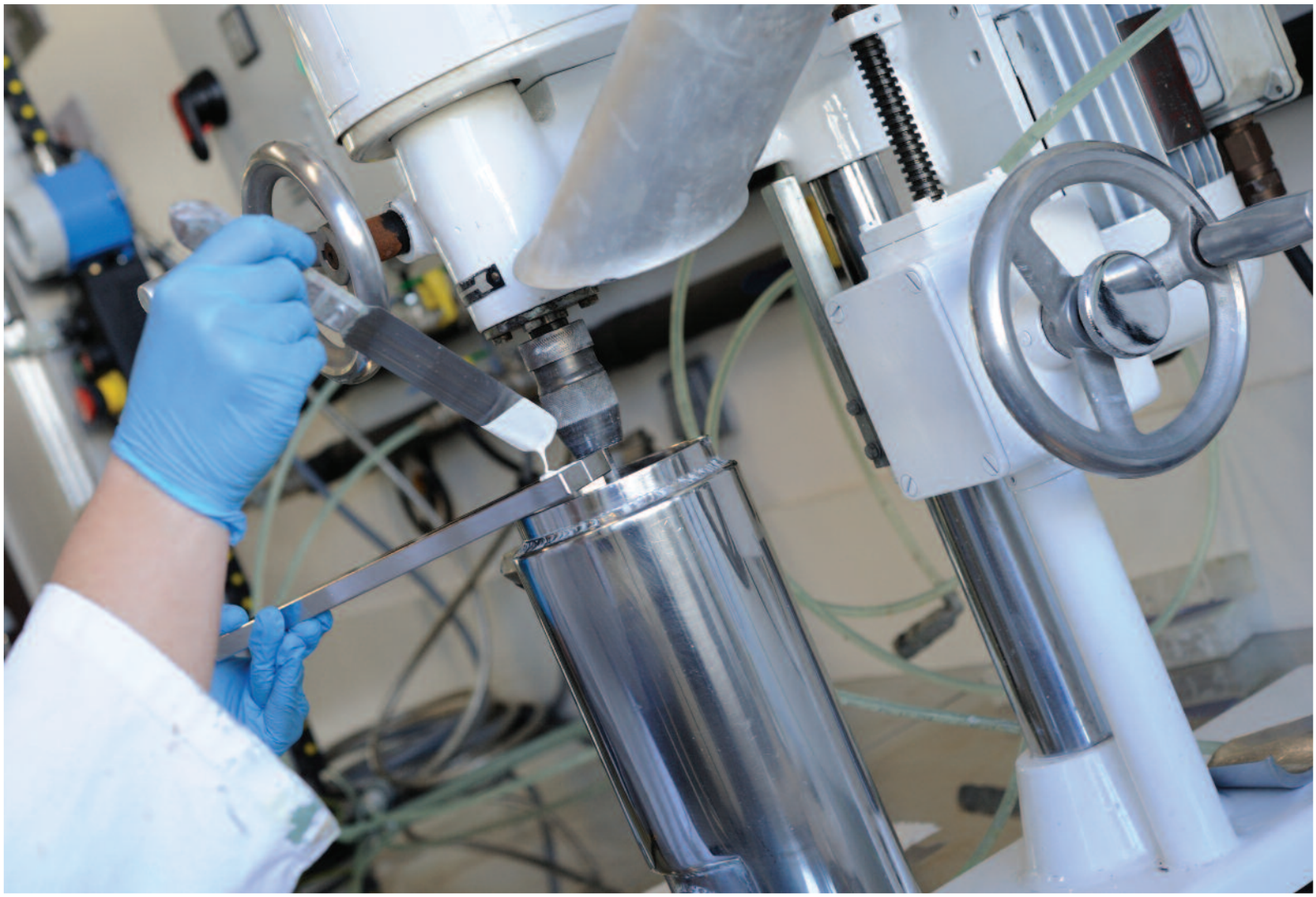
by Frédéric Vergnères

© photos :
• Mapaero
• Airbus -F. Lepissier
• Dassault Aviation - S. Rande

Left to right: Pierre BOYAT, Sales & Marketing Director - Joël LOISEAU, Deputy Managing Director - Clémence BRACHOTTE, Marketing & Communication - Jean François BRACHOTTE , President - Eric RUMEAU, CEO

Mapaero is above all a story of men and women. Its founder, Jean-François Brachotte, an aeronautical enthusiast who trained as a chemical engineer, decided to combine his passion with his profession. Indeed, his career seems far from the usual path when compared with the experiences of many entrepreneurs in the aeronautical industry. Jean-François Brachotte took the leap in 1992 when he decided to create a company dedicated to aerospace coatings and finishes. While he admits that it was difficult to gain a foothold on the market at first, an early partnership with Socata helped Mapaero to establish its reputation in the aeronautical industry. More particularly, ten years later, it ensured that the small-sized company could successfully certify its technology for water-based paint to replace more polluting solvents.

Mapaero est avant tout une histoire humaine. Son fondateur, Jean-François Brachotte passionné d'aéronautique et ingénieur chimiste de formation, décide d'allier sa passion avec son métier. Un cursus pour le moins normal si l'on voit les différents parcours d'un grand nombre d'entrepreneurs dans le milieu aéronautique. De là à imaginer la création d'une entreprise consacrée à la peinture aéronautique, il n'y a qu'un pas que Jean-François Brachotte franchit en 1992. Si le dirigeant concède qu'il a été difficile d'entrer sur le marché, une première collaboration réussie avec Socata, permet à Mapaero de gagner son statut d'acteur du monde de l'aéronautique Mais surtout, il permettra dix ans plus tard à la PME d'homologuer la technique de la peinture à l'eau, par nature dépourvue des solvants souvent polluants.



WATER-BASED PAINTS

In addition to being easy to apply, these new paints play an important role in protecting the environment and safeguarding the health of users. The range of coatings developed by Mapaero since 2002 contains little more than 10% of solvents compared with over 60% for more traditional paints and finishes.

The company stresses that the main component in its products is, quite simply, water. And this applies for all coatings whether for the external structure to protect the fuselage and wings or for the cabin interior. Indeed, these interior coatings represent one the company's main growth areas as well as a major production line. Far removed from the type of wall paint that we might use at home, Mapaero's coating for aircraft cabin interiors is a two-component water-based paint with hardener.

It incorporates two types of resin (including a water acrylic polymer) and contains less than 4% of solvents. This high-fashion range is available in high gloss, satin and emulsion finishes and covers all needs for the protection and decoration of cabin fixtures.

It can also be used to give a structured effect when applied directly to a composite or thermoplastic primer. "*The product gives a direct textured effect (DITEX) in a single coat instead of the usual two for a more traditional paint,*" explains Eric Rumeau, CEO of Mapaero.

This was a real challenge for the company which had to balance not only the product's ecological aspects but also its performance in terms of resistance on different surfaces, chemical resistance against different cleaning and maintenance products; physical resistance for adhesion and scratches, and fire resistance.

As surprising as it may sound, the complexity of this paint makes it something of a technological jewel. This product marked a ground-breaking innovation when it was launched on the aeronautical market 11 years ago and is a credit to all the R&D engineers who made it possible. This team lies at the very heart of Mapaero since it is here that the products of tomorrow are being developed. And they make up over 15% of the workforce out of the hundred people who are employed at the Pamiers facility, south of Toulouse.

PEINTURE À L'EAU

Au-delà de leur facilité d'utilisation, ces nouvelles peintures s'inscrivent surtout dans une démarche non seulement écologique, mais également de protection de la santé publique, notamment pour les utilisateurs.
Car la gamme développée par Mapaero depuis 2002 ne contient qu'à peine plus de 10 % de solvants, contre plus de 60 % pour les peintures conventionnelles.
De fait, l'entreprise insiste sur la composante principale pour la réalisation de ces produits : l'eau. Et ce, qu'il s'agisse des peintures de structure pour la protection du fuselage et des ailes, ou de l'intérieur des cabines. Celui-ci représente l'un des principaux axes de production de l'entreprise, mais renvoie surtout à l'une des premières peintures développées par l'entité. Loin d'une peinture murale à usage domestique, le revêtement pour cabines développé par Mapaero est une peinture à deux composants : une base à l'eau et un durcisseur. Composé de deux types de résine (dont un polymère acrylique à l'eau), ce produit contient moins de 4 % de solvants. Cette gamme « haute-couture » qui peut être dorée, satinée, voire nacrée, couvre tous les besoins pour la protection et la décoration des matériaux d'aménagement de cabine. Elle peut aussi donner un effet structuré directement après application sur le substrat composite ou thermoplastique. « *Le produit offre un effet "texturé" direct (DITEX) en une seule application, au lieu de deux pour une peinture traditionnelle* », indique Eric Rumeau, directeur général de Mapaero. Un pari pour l'entreprise qui a dû « synthétiser » non seulement l'aspect écologique du produit, mais également ses performances en termes de « tenue » sur les revêtements : tenue chimique face au différents produits utilisés, tenue physique par son adhérence et sa résistance aux rayures, et enfin tenue au feu en cas d'incendie. Aussi surprenant que cela puisse paraître, la complexité de cette peinture en fait un véritable bijou technologique.
Avancée majeure dans le secteur des peintures aéronautiques, ce produit mis sur le marché voilà onze ans est à mettre au crédit des techniciens et ingénieurs du département R&D de la société. Ces chercheurs sont en effet le « cœur » de Mapaero, car ils formulent les produits de demain. Ils représentent, à eux seuls, plus de 15 % des effectifs sur la centaine d'employés que compte le site de Pamiers, au sud de Toulouse.

A380
LOCK
OLYMPUS

A CATALOGUE OF SHADES

While this interior coating has been endorsed by major companies such as Airbus, Boeing and Zodiac Aerospace, Mapaero has also been recognized for its expertise in exterior paints. And once again, in this category, the French company has shown its capacity to rise to the challenges of a demanding economic environment. Exterior paints respect more specific requirements such as resistance to corrosion, UV rays and elasticity constraints to meld with the fuselage. Once these requirements are met, the products then need to be light enough so as not to overburden the aircraft's total weight.

As a result, Mapaero's external paint does not need to be applied in several coats thanks to its improved opaque performance in a high-gloss, high-resistance finish.

Major constructors and operators all acknowledge the usefulness of these innovative coatings.

While Mapaero draws on global benchmark color charts such as the RAL (*Reichsausschuß für Lieferbedingungen) and the FS (Federal Standard*), it also supplies specific shades to meet the specifications of the AIC (Airbus Industrial Colors) and BAC (Boeing Aircraft Colors) color charts.

In fact, the company can supply any non-standardized color request for designers working in the business aviation and helicopter business. In practice, Mapaero can provide up to thirty new colors every day and has filed numerous patents for some of its creations.

But the company keeps none of its shades in stock, other than the primary colors that form the basis of every color chart. New colors are made to order and customers' requirements are usually met within three days.

UN CATALOGUE TOUT EN NUANCES

Si ce « revêtement » intérieur a permis à Mapaero d'être référencé chez les plus grands équipementiers tels qu'Airbus, Boeing, ou Zodiac Aerospace, la société s'est également distinguée chez certains constructeurs pour les peintures extérieures.

Là encore, l'entreprise a su s'imposer comme un fournisseur réactif et capable de répondre aux enjeux économiques actuels. Les peintures extérieures répondent à des critères plus spécifiques, tels que la résistance aux frottements, aux UV, ainsi qu'aux contraintes d'élasticité afin de faire « corps » avec le fuselage.

Ces principes respectés, les produits se doivent de jouer favorablement dans la masse finale de l'appareil, tant pour l'extérieur que pour l'intérieur.

La finition extérieure Mapaero s'est ainsi affranchie des couches supplémentaires, en ayant un pouvoir couvrant ou opacifiant amélioré.

L'entreprise commercialise un vernis extérieur brillant à haute durabilité.

Entre autres acteurs incontournables, les constructeurs ont bien compris l'intérêt de tels produits.

Si Mapaero s'appuie sur des nuanciers de référence mondiaux tels que le RAL (*Reichsausschuß für Lieferbedingungen*) ou le FS (Federal Standard), elle fournit également les teintes spécifiques propres aux cahiers des charges des constructeurs, tels que les « nuanciers » AIC (Airbus Industrial Colors) ou BAC (Boeing Aircraft Colors).

Reste que l'entreprise peut également répondre à n'importe quelle demande spécifique avec des cahiers des charges « non normés », notamment pour certains designers liés au milieu de l'aviation d'affaires, mais également à celui de l'hélicoptère.

C'est notamment par ce biais que l'entreprise, qui est capable de produire jusqu'à 30 nouvelles couleurs par jour, a pu développer et déposer la création de certaines teintes.

Dans tous les cas, l'industriel indique qu'il ne dispose d'aucune couleur physiquement en stock, hormis bien évidement toutes les couleurs primaires, base de tout nuancier. La fabrication des différentes teintes est réalisée à la demande en fonction des besoins de la clientèle, souvent en moins de trois jours.

NEW HORIZONS

During twenty years in the business, the company has made great inroads in a sector that is a perpetual state of flux. Eric Rumeau adds that, "*the paints and coatings market is still quite unprofitable for the company because it is so highly competitive.*"

Yet the company, which now employs around a hundred people, remains confident about the future.

Indeed, over the next five years it hopes to double its sales from the 2014 level of 21 million euros.

One of the most promising sectors for medium-term development is the VIP segment which, at the moment, accounts for only 2% of sales. In addition, Mapaero is also looking to the maintenance sector for growth. To this end it has developed a new coating that is easy to apply and quick drying.

This paint has been developed to meet increased production rates.

Eric Rumeau explains, "*It is a competitive product designed for maintenance, constructors and the VIP market which are precisely those sectors where we have a limited presence.*"

To meet current requirements and respond to a growing range of needs, Mapaero plans to supply its product in a Touch Up Kit (TUK) format for occasional, quick and quality repairs. And the company is hoping to have its product benchmarked by all airframers and OEMs.

The challenge is huge with, in the longer terms, the goal of the market for airlines, private operators and the military.

NOUVEAUX HORIZONS

En vingt ans, la renommée de l'entreprise a gagné du terrain face à un secteur en perpétuel mouvement. Eric Rumeau indique notamment que le « *marché des peintures extérieures est un segment encore peu porteur pour l'entreprise, car le marché est effectivement très concurrentiel* ».

L'entreprise, qui emploie aujourd'hui une centaine de personnes, n'en demeure pas moins particulièrement confiante pour l'avenir. Elle a réalisé un chiffre d'affaires de 21 M€ en 2014 et compte bien le doubler d'ici à cinq ans avec, à la clé, un développement de ses activités. Alors que le segment VIP ne représente aujourd'hui que 2 % de son CA, l'entreprise pourrait miser entre autres sur ce secteur à moyen terme.

Mais pas seulement. Mapaero vise également celui de la maintenance. Pour ce faire, la PME a développé un nouveau produit s'appliquant plus facilement et au temps de séchage beaucoup plus court.

Cette peinture doit en effet répondre aux cadences de production de plus en plus élevées. Selon Eric Rumeau, il s'agit « *d'un produit compétitif qui s'adresse non seulement à la maintenance, mais également aux constructeurs, ainsi qu'au marché VIP, qui sont des secteurs où nous sommes peu présents* ».

Pour répondre aux exigences et balayer un plus large spectre de besoins, Mapaero compte décliner son produit en forme de « kit » nommé TUK pour « Touch Up Kit », afin de réaliser des retouches ponctuelles, rapides et de qualité. Ces nouveaux produits devront répondre aux nouveaux besoins des industriels du secteur.

Mapaero souhaite développer son référencement auprès de l'ensemble des avionneurs et des équipementiers. L'enjeu est de taille avec, à la clé, le marché des compagnies aériennes, des opérateurs privés, mais également celui de l'industrie militaire.

This strategy will lead the company to further its international development. Already present in global markets through its subsidiaries in Germany, UK and China, Mapaero is seeking to increase its footprint in North America to be able to work more closely with its clients.
For Eric Rumeau, "*These new hubs will be complementary to our existing facilities in Pamiers. The future US site will be a finishing and packing packaging plant.*"
In addition to the economic aspects and the context of a more favorable exchange rate between the euro and the dollar, the main challenge for the company today is its responsiveness, as Eric. Rumeau confirms, "*Being able to produce our paints in the United States will ensure that we can quickly supply major clients such as Boeing, Zodiac Aerospace, Airbus and others. It is about more than making economies of scale and really means that we are in position to deliver the best quality products more quickly. In a nutshell, performance and flexibility form part of the brand name.*"•

Cette stratégie va amener l'entreprise à se développer un peu plus à l'international.
Déjà présente dans le monde entier avec des filiales en Allemagne, au Royaume-Uni et en Chine, Mapaero souhaite également améliorer son empreinte en Amérique du Nord afin de se rapprocher un peu plus de ses clients.
La société devrait ainsi compter, à court terme, un nouveau site de production aux Etats-Unis.
Pour Eric Rumeau, « *Ces nouvelles installations viendront en complément de celles existantes à Pamiers. Le futur site américain sera une usine de finition et de conditionnement* ».
Outre l'aspect économique et une parité Euro/Dollar pour l'heure stabilisée, le principal enjeu tient à la réactivité de l'entreprise, comme l'explique Eric Rumeau : « *La possibilité de produire nos peintures aux Etats-Unis va nous permettre de répondre rapidement à de très gros clients comme Boeing, Zodiac Aerospace, Airbus et d'autres. Plus qu'un gain économique, l'idée est réellement de produire plus vite et de livrer dans les meilleurs délais un produit de qualité. En somme, performance et agilité comme marque de fabrique.* » •

NBAA2015

BUSINESS AVIATION CONVENTION & EXHIBITION

NOVEMBER 17, 18, 19 | LAS VEGAS

Join 26,000 industry professionals for the most important three days of business aviation, with over 1,000 exhibitors, 100 business aircraft on static display, and dozens of education sessions. Save the date and visit the NBAA2015 website to learn more.

www.nbaa.org/2015/ultimatejet

CHAMPAGNE
JACQUART

CUVÉE

CHAMPAGNE JACQUART
BETWEEN INSPIRATION & EMOTIONS

For close to half a century Champagne Jacquart has cultivated its passion for terroir.
From season to season, in a perpetual search for truth and perfection, the winemakers have devoted themselves to nurturing the best fruit from the vines to create a unique wine. Always striving to evolve, the house places great emphasis on the tasting experience, the discovery of the ultimate assemblage, and the individuality of each and every blend.

"The prestige cuvee of Champagne Jacquart is the ultimate expression of delicacy and depth, lightness and darkness, captured in a unique blend"

Floriane EZNACK,
Œnologue de la maison Champagne Jacquart

DRINK RESPONSIBLY.

LIFESTYLE

64 LIFESTYLE
THE 5TH ULTIMATE TIME
POLO TROPHY EVENT

72 ONROAD
FERRARI CALIFORNIA
TURBO

76 LUXURY ACCESS
SEA, JET & SUN

78 HOTEL
PALACIO BELMONTE

© Ferrari SpA

© Aurélien Millon - © Véronique Gautier - Callixo

ACJ Airbus Corporate Jets

BENTLEY BENTLEY PARIS

MASTERJET luxaviation group

LE ROYAL MONCEAU RAFFLES PARIS

marenco swisshelicopter

LLOYD & DAVIS REAL ESTATE

belles demeures LUXURY FRENCH PROPERTIES

FONCIERE Développement

EVENT PRESTIGE GROUP PARIS

CHAMPAGNE JACQUART

ULTIMATE TIME
POLO TROPHY 2015

On June 17th, the 5th Ultimate Time Polo Trophy event organized by Ultimate Jet magazine was held at the Polo de Paris and exclusively welcomed prestigious partners. Airbus Corporate Jet was one of them and seized the opportunity to present its new ACJ Neo.

The event featured a polo match where Masterjet's team competed against Bentley's. The match was followed by a trophy and charity prize ceremony, with all proceeds going to the 'Le Rire Médecin' organization, subsequently followed by diner cocktails and an evening reception.

ACJ
Airbus Corporate Jets

Official Partner

La 5ème édition de l'Ultimate Time Polo Trophy organisée le 17 Juin dernier au Polo de Paris, par le magazine Ultimate Jet a accueilli en exclusivité de prestigieux partenaires à l'image d'Airbus Corporate Jet qui présentait sa nouvelle version d'ACJ Neo.

Au programme de ce rendez-vous, un match de polo où l'équipe Masterjet affrontait l'équipe Bentley, suivi d'une remise des prix au profit de l'association Le Rire Médecin, d'un cocktail dînatoire & d'une soirée.

SR Technics · ASTONJET · JET MONDE · aélia · AIR & COMPAGNIE · Luxury ACCESS

MARRENON Vignobles en Luberon & Ventoux · Les Sorbets de Mandé Manufacture de glace depuis 1987 · Boutique 22 Paris · VICOMTE A. · CONTENTEO The . Content . Laboratory

ACJ Airbus Corporate Jets
BENTLEY BENTLEY PARIS
MASTERJET luxaviation group
LE ROYAL MONCEAU RAFFLES PARIS
marenco swisshelicopter
LLOYD & DAVIS REAL ESTATE
belles demeures LUXURY FRENCH PROPERTIES
FONCIERE Développement
EVENT PRESTIGE GROUP PARIS
CHAMPAGNE JACQUART

SR Technics
ASTONJET
MONDE JET MONDE
aélia
AIR & COMPAGNIE
luxury ACCESS
MARRENON Vignobles en Luberon & Ventoux
Les Sorbets de St Mandé Manufacture de glace depuis 1987
Boutique 22 Paris
VICOMTE A.
CONTENTEO The . Content . Laboratory

MASTERJET

BENTLEY

BENTLEY PARIS

ACJ Airbus Corporate Jets

BENTLEY BENTLEY PARIS

MASTERJET luxaviation group

LE ROYAL MONCEAU RAFFLES PARIS

marenco swisshelicopter

LLOYD & DAVIS REAL ESTATE

belles demeures LUXURY FRENCH PROPERTIES

FONCIERE Développement

EVENT PRESTIGE GROUP PARIS

CHAMPAGNE JACQUART

SR Technics
ASTONJET
MONDE JET MONDE
aélia
AIR & COMPAGNIE
luxury ACCESS
MARRENON Vignobles en Luberon & Ventoux
Les Sorbets de Mandé Manufacture de glace depuis 1987
Boutique 22 Paris
VICOMTE A.
CONTENTEO The . Content . Laboratory

ACJ Airbus Corporate Jets

BENTLEY BENTLEY PARIS

MASTERJET luxaviation group

LE ROYAL MONCEAU RAFFLES PARIS

marenco swisshelicopter

LLOYD & DAVIS REAL ESTATE

belles demeures LUXURY FRENCH PROPERTIES

FONCIERE Développement

EVENT PRESTIGE GROUP PARIS

CHAMPAGNE JACQUART

ULTIMATE TIME

POLO TROPHY 2015

The *Ultimate Time* events annually renew the magic of a unique story: a venue where guests can benefit from a perfectly targeted communication tool in the presence of a carefully chosen select audience.

Les évènements *Ultimate Time* renouvellent chaque année la magie d'une histoire singulière : celle de la rencontre d'un lieu, d'un public & d'un évènement offrant aux partenaires un outil de communication ciblé en présence d'une audience qualifiée.

Contact:
Arnaud Devriendt
email : adevriendt@callixo.com

SR Technics
ASTONJET
MONDE JET MONDE
aélia
AIR & COMPAGNIE
Luxury ACCESS
MARRENON Vignobles en Luberon & Ventoux
Les Sorbets de Mandé Manufacture de glace depuis 1987
Boutique 22 Paris
VICOMTE A.
CONTENTEO The . Content . Laboratory

FERRARI CALIFORNIA TURBO

Bliss at the wheel

A Ferrari is more than just a surfeit of superlatives… It is a way of life, but not necessarily one that is always one pursued in the fast lane! This new California Turbo is a magnificent modernization of this legendary convertible. With a V8 twin-turbo-charged engine, more powerful yet quieter than its predecessor, the Maranello brand yet again shows its prowess in harnessing the very latest technological innovations.

Délectation au sommet

Une Ferrari, ce n'est pas qu'une extase de chiffres… C'est un art de vivre et pas obligatoirement à grande vitesse ! Cette toute nouvelle California Turbo concrétise et reconduit les valeurs qui ont fait le succès de cette sublime découvrable. Avec un V8 biturbo plus puissant mais plus sobre, le constructeur de Maranello nous démontre une fois de plus sa maitrise des technologies les plus modernes.

by Benjamin & Jean-Michel Salmon

© photos :
• Ferrari SpA
• Aldo Ferrero

HAND CRAFTED PERFECTION

All the classic beauty of the Italian automobile manufacturer's stable is brought to new heights in this latest interpretation of the California family which dates back to 1950! The distinctive sophisticated lines of the cabin are ever present. Exclusiveness as well as elegance and refinement are the hallmarks of the California DNA.

The sumptuous leather seats are not merely elegant, they are also supremely comfortable and illustrate just how well this goddess of the road takes care of her drivers and passengers.

The hand-crafted interior features semi-aniline leather trim. The ingenious roof foldaway mechanism between the back seats and the luggage compartment leaves maximum storage space for touring.

The styling and finishing are faultless. And while there is ample space at the front for the driver and passenger, the rear bench is cramped, as with most automobiles in the same category. The most striking new feature inside is the steering wheel with built-in controls straight from the 458. The horizontal dashboard line adds a real touch of sophistication.

Although the dimensions remain the same, this new Calif. T boasts its own very distinctive personality with the flanks inspired by the 250 Testa Rossa's famous pontoon-fender styling. The generous front grill is a nod to the FF while the horizontal exhaust manifolds graciously style the prancing horse's rear silhouette.

UN COCON COUSU MAIN

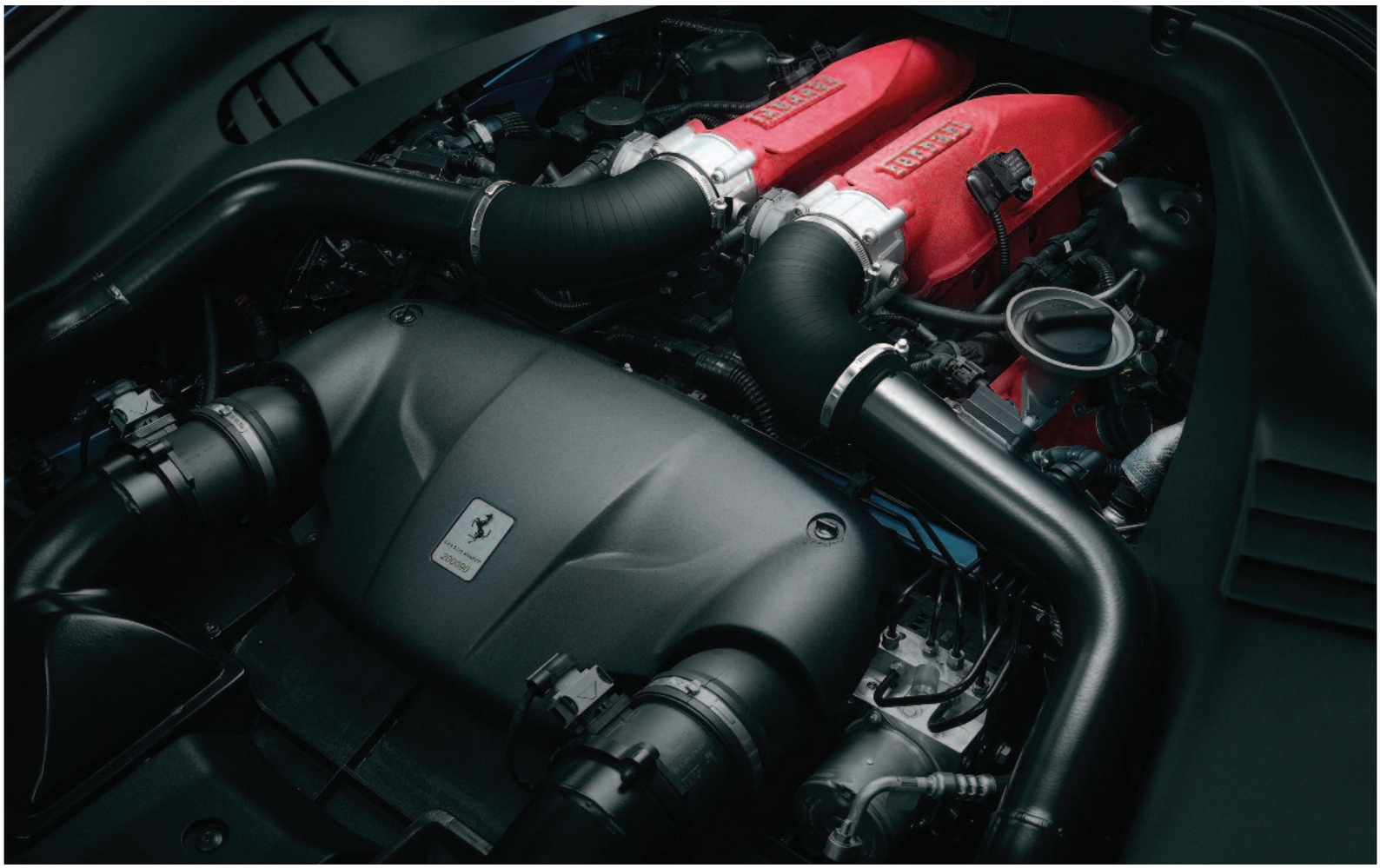
La beauté légendaire des plus belles productions de ce constructeur transalpin est bien là et ce depuis les premières California de 1950…! L'emblème même du raffinement le plus subtil en matière d'habitacle est omni présent.

Exclusivité mais aussi élégance et raffinement font partie de la dotation de série. Les beaux baquets en cuir ne sont pas seulement élégants, ils se révèlent très confortables, cette Diva prend vraiment soin de ses occupants !

L'habitacle chaleureux, magnifiquement assemblé fini à la main, est garni d'un cuir semi-aniline luxueux. On peut également optimiser la capacité du coffre, même en position ouverte, grâce au passage entre le compartiment à bagages et les sièges arrière. Le niveau de finition ne souffre aucune critique. L'habilité se révèle généreuse pour deux aux places avant, à contrario, l'ébauche de banquette arrière n'est guère utilisable comme sur la plupart des véhicules de ce type.

A bord, l'évolution la plus marquante est l'adoption du volant, avec commandes intégrées, de la 458. L'arche horizontale qui prolonge la console apporte une authentique note de raffinement.

Malgré des dimensions inchangées, de cette nouvelle « Calif. T » émane une personnalité toute nouvelle : ses ailes rappellent le style ponton de la 250 Testa Rossa. La calandre avant évoque la FF et des sorties d'échappements horizontaux affinent la poupe du coupé-cabriolet au cheval cabré.



UNSPOILT ENGINE PLEASURE

The tuneful 4.3 has given way to a twin-turbocharged 3.9 (to meet $C0_2$ emission requirements).
But any fears that this may detract from the unmistakeable soundtrack that has made the Ferrari legend are, in fact, groundless. Indeed, this brand new V8 3,855 cc engine (which took four years to develop) gives an impressive 560 hp at 7 500 revs/min (the highest output of 145 hp/lb) and a torque of 755 Nm in 7th gear. The engine emits the most atmospheric rumblings of any automobile in its class and the music just gets better as the revs mount up!
This all-new engine really begins to roar like a jet engine as you turn on the power. This performance is not just the result of fine tuning but stems from the introduction of cutting-edge technologies which eliminate the turbo lag. The overboost software adjusts the torque in line with gears and helps to save fuel. This enables the California T to go from 0 to 100 km/h in 3.6 seconds and to show superb acceleration, even in higher gears. No other overboosted engine gives as much driving pleasure and it is the perfect companion for this magnificent colt from the family of the prancing horse.
This responsive and delightful V8 shows outstanding character thanks to its five torque curves… The rest is exactly what one would expect from the Maranello grand master: V8 in front, drive, remarkable 7-gear twin-clutch transmission at the rear, electronic differential, double wishbone suspension in front and multilink in the rear, magnetic suspension remains an option.

UN AGRÉMENT MOTEUR PRÉSERVÉ

Le mélodieux 4.3 a cédé la place à un 3.9 équipé de deux petits turbos, normes anti-CO2 obligent, au risque d'étouffer un peu la sonorité et la « musica » qui contribue au bonheur légendaire de rouler Ferrari.
En fait, il n'en est rien : ce tout nouveau V8 (entièrement nouveau et en développement depuis 4 ans) à injection directe de 3 855 cc déploie un total impressionnant de 560 cv à 7 500 tr/min (la plus haute puissance de sortie spécifique de 145 cv/l) et un couple de 755 Nm en 7 ème.
Ce moteur laisse échapper des borborygmes caverneux dignes d'un "atmo" du meilleur cru et de plus en plus impressionnant à mesure que le régime augmente ! Surtout, ce bloc tout nouveau se révèle rageur et pousse de plus en plus fort au fil de la montée en régime tel un réacteur de jet moderne au fur et à mesure qu'il monte dans les tours et avale de l'air…Cela n'est pas lié à une basique mise à jour mais à l'adoption d'une technologie extrêmement innovante et bien maitrisée qui élimine le décalage turbo.
Le logiciel de la suralimentation adapte le couple au rapport de vitesse sélectionné, ce qui permet également de réduire la consommation.
Cela permet à la California T de passer de 0 à 100 km/h en 3,6 secondes et de générer de magnifiques accélérations avec une allonge extraordinaire, même dans les rapports élevés.
Aucun autre moteur suralimenté ne nous avait apporté autant d'agrément et voilà un compagnon idéal pour apprécier cet exquis coupé-cabriolet à l'effigie du cheval cabré. Ce V8 envoutant et très vif dispose d'un tempérament hors du commun avec ses cinq courbes de couple…
Pour le reste, on demeure dans la maitrise du savoir faire et d'un grand art reconnu : V8 avant, propulsion, remarquable boîte 7 à double embrayage, très douce, située à l'arrière, différentiel piloté, suspension à doubles triangles à l'avant et essieu multibras à l'arrière, les amortisseurs magnétiques demeurant une option.

A JOY TO DRIVE

This latest member of the Ferrari family both looks and feels completely new, particularly from the driving seat. With performance levels to rival any supercar of its category, and exceptional shelter from the wind, this retractable hard-top, which is more like a GT in day-to-day driving, is without doubt one of the most enjoyable Ferraris to drive at the moment. The feeling of safety at the wheel is quite remarkable. Indeed, the easy steering can make the car feel lighter than it is and can induce a sense of over-confidence. And the instant acceleration comes as a surprise, even after several hours behind the wheel. The steering requires time to get used to but its light touch a nd responsiveness are literally breath-taking. The aerodynamics give exception road holding and it can maintain top speeds when cornering. Inside the cabin, future drivers and passengers will feel just like the brand's very own logo of the prancing horse neighing with delight! ■

A VIVRE

Cette dernière née au Cavallino Rampante s'avère totalement nouvelle et cela se ressent à son volant ! Avec des performances d'exception dignes des meilleures « Supercar » et autres hyper sportives du moment, une remarquable isolation des remous d'air , ce coupé cabriolet plutôt typé GT en usage quotidien, représente sans doute l'une des Ferrari les plus agréables à vivre du moment. L'impression de sécurité qui en émane à son volant est juste remarquable. Une facilité presque déconcertante à moins, comme toujours avec une telle cavalerie, de surestimer ses propres capacités. L'intensité des accélérations surprend toujours même après plusieurs heures à bord. La direction très directe réclame un certain temps d'adaptation mais a l'immense mérite d'être très informative.

Grace à son aérodynamisme, la voiture est plaquée au sol, vous permettant de passer à des vitesses très étonnantes dans les grandes courbes. La direction très directe réclame un certain temps d'adaptation, mais a l'immense mérite d'être très informative.

A bord, les occupants seront à l'image de son effigie : un cheval cabré qui ne cesse de hennir de bonheur ! ■

luxury ACCESS

Sea, Jet & Sun

VIP TAILOR MADE JOURNEYS
ALL AROUND THE WORLD

VOYAGES CLEFS EN MAINS

LET YOURSELF BE TAKEN AWAY

LAISSEZ VOUS TRANSPORTER

+33 (0) 1 48 16 00 00
luxuryaccess@jetmonde.com

YOUR JET
PLANE FOR
YOUR JET
SWING
SPECIAL GOLF
VOYAGES CLEFS EN MAINS
TAILOR MADE TRAVELS
luxury
ACCESS
86, rue de Dublin - 93 350 LE BOURGET AIRPORT FRANCE - luxuryaccess@jetmonde.com

HOTEL

PALACIO BELMONTE

par Chloé Baud'huin

MOMENTS THAT LAST FOREVER

It is used to say that the first impression is always the right one. The Palacio Belmonte is not the exception to the rule.
Once there, keep your ears open because it is easy to hear some customers exclaim: « *We saw the beautiful pictures and read all about it, but never expected this, it's amazing !* »

FAIRE DU PASSÉ LE PLUS BEAU MOMENT PRÉSENT

On dit très souvent que la première impression est la bonne. Le Palacio Belmonte ne fait pas exception à la règle. Une fois sur place, tendez bien l'oreille car il est courant d'entendre certains clients s'exclamer : « *Nous avons lu de très beaux articles et vu des photos magnifiques mais jamais nous n'aurions imaginé pareil enchantement* ».

© photos :
• Palacio Belmonte
• Marko Roth
• Marcelo Vaz

Built on the Muslim wall of the Castle with view over the river and picturesque district of Alfama, the hotel is the most veiled secret of Lisbon. The history of Palacio Belmonte is the very story of Portugal itself. Previously known as the residence of the Marquis of Atalaia, it welcomed Vasco da Gama in his triumphant return from the Indies in 1499. Today it is common to see artists such as Wim Wenders or Jeremy Irons.

Amazing and reserved, the Guest Palace listed national monument, has ten exquisite suites with individual character and features an unique blend of art and history that has been drawn out by a careful restoration; a touch of modernity while preserving its unique heritage. Indeed, the 6 years restoration project and 26 millions of euros invested, converted the 3700 square meters into the most incredible place you have never experienced. The Palacio Belmonte came back to life splendorous in a new design, full of details, new light and colour. Several time present in the ranking of the best hotel in the word, Palacio Belmonte received in october 2000 an award for Urban Regeneration from the Royal Institution of Chartered Surveyors offered to the Belmonte by the Prince of Wales.

Enjoy the luxury and intimacy of the place, cared by a discreet and attentive staff exclusively dedicated to you. The two-star executive caterer Chef Jose Avillez is waiting for you for a culinary experience that will satisfy the most demanding palates.

Surrounded by a peaceful Mediterranean lush garden, the hotel also features a black marble swimming pool for those in search of tranquility who want to relax, read or dream.

Palacio Belmonte is a unique place and a alternative way of life that welcomes you for a memorable historic retreat. While receiving the highest level of service, you will be merged by this deep philosophy of well being, simplicity and natural comfort. ■

Bâtit sur d'anciennes fortifications romaines et mauresques, non loin du quartier pittoresque de l'Alfama, le Palacio Belmonte est certainement le secret le mieux gardé de Lisbonne.

L'histoire de l'hôtel se mêle intimement à celle du Portugal. Autrefois résidence du Marquis d'Atalaia, il accueille notamment Vasco de Gama à son retour triomphal des Indes en 1499. De nos jours, il n'est pas rare d'y croiser des artistes tel que Wim Wenders ou encore Jeremy Irons.

Etonnant et discret, le Palacio, classé monument national, dispose de dix suites à la décoration de caractère et offre un mélange unique d'art, mis en valeur par une rénovation minutieuse; une touche de modernité tout en préservant son exceptionnel patrimoine.

En effet, un projet de restauration de 6 ans et 26 millions d'euros investis ont permis de transformer les 3700 m² en un lieu des plus incroyables. Le Palacio Belmonte est revenu à la vie tel le phénix renait de ses cendres.

Plusieurs fois en tête de classement des plus beaux hôtels du monde, l'hôtel s'est vu remettre, en octobre 2000 par le Prince de Galles, une récompense pour sa rénovation par la très sérieuse Royal Institution of Chartered Surveyors.

Vous apprécierez le luxe et la quiétude du lieu, soignés par un personnel discret et attentif exclusivement dédié à votre bien-être.

Le chef doublement étoilé Jose Avillez vous attend pour vous convier à une expérience culinaire qui saura à coup sûr satisfaire les palais les plus exigeants.

Entouré d'un luxuriant jardin Méditerranéen, l'établissement propose également une piscine de marbre noir pour ceux qui recherchent tranquillité, relaxation ou rêve.

Le Palacio Belmonte est un lieu unique et une véritable alternative qui vous accueille pour une retraite historique des plus mémorables. Tout en recevant un service de haute qualité, vous serez plongés dans d'intenses moments de bien-être, de simplicité et de confort naturel. ■

PALACIO BELMONTE
Patio de Dom Fradique 14, - Lisboa, Portugal
Phone : +351 21 881 6600
Email : office@palaciobelmonte.com
www.palaciobelmonte.com

EVENT PRESTIGE GROUP

EVENT PRESTIGE GROUP

VOUS ACCUEILLE POUR TOUTES VOS PRESTATIONS ÉVÉNEMENTIELLES LUXE

www.eventprestigegroup.com

contact@eventprestigegroup.com

YOU PLAN TO PURCHASE REAL ESTATE

ENTRUST US TO SEARCH ON YOUR BEHALF

COMPENSATION ONLY IF WE ARE SUCCESSFUL

YOU WISH TO ACQUIRE A PERSONAL RESIDENCE
OR AN INVESTMENT PROPERTY,
YET YOU LACK THE TIME, OR YOU'RE NOT ON SITE,
OR YOU ARE SIMPLY TIRED OF
SEARCHING AND VISITING PROPERTIES
THAT DO NOT MEET YOUR EXPECTATIONS

OUR COMMITMENTS :

1 - WE WILL EXPLORE THE ENTIRE MARKET AND PRESENT YOU WITH THE BEST OPTIONS
2 - WE WILL ORGANIZE YOUR VISITS, ACCOMPANY AND ADVISE YOU
3 - WE WILL ENSURE YOU PURCHASE IN COMPLETE SERENITY AT THE RIGHT PRICE

Conception & réalisation : Callixo Communication - contact@callixo.com

LLOYD & DAVIS

REAL ESTATE

PARIS 8 TRIANGLE d'OR - MONTAIGNE

Pied-à-terre recently restored with very high quality materials. This 65 sq.m apartment, on the ground floor of a prestigious Haussmannian building with a garden view, is situated next to the famous Avenue Montaigne and Plaza Athénée.

The one-bedroom apartment is sold with its designer furnishings and also includes a 20 sq.m cellar.

990 000 €

+33 (0)1 75 44 98 53 - contact@lloyd-davis.com

PARIS 6 QUARTIER LATIN

This private mansion opening onto a peaceful paved courtyard boasts a listed façade. The ground floor compries an entry leading to an office and a living room. A made-to-measure staircase leads to a bedroom, a bathroom with a Jacuzzi and steam shower, and a separate toilet. The floor above comprises a bedroom with a bathroom, a dressing room and a toilet, and a bedroom and a living room with a bronze fireplace are on the third floor. Rare on the market. Sole agent.

3 200 000 €

+33 (0)1 75 44 98 53 - contact@lloyd-davis.com

PARIS 8 BVD DE COURCELLES

Located close to Parc Monceau, this superb second-floor 278 sq.m apartment is in a post-Haussmannian building (1928). The 4-bedroom apartment also includes a wraparound balcony, a spacious living room, a large dining room, a kitchen, 2 bathrooms, 1 en-suite bathroom with bathtub and Italian shower. This prestigious apartment comes equipped with a fireplace, hardwood floors and very high ceilings, about 3m. Excellent condition. Luxurious common areas. Door code, intercom, secure elevator and a cellar.

2 580 000 €

+33 (0)1 75 44 98 53 - contact@lloyd-davis.com

ILE MAURICE QUARTIER DE PORT-LOUIS

A house with a lot of charm in the heart of the oldest district of Port Louis.

Mauritius Inspired by the prayers of the Mauritian community who chose this environment. The emotion remains untouched. Experience the true peace of real Mauritius.

This neighborhood was the scene of major cultural events of the past. This property is located on high in Port-Louis, a private sector, uphill to the Citadel.

Living area: 700 m2 on three floors (levels).

Price on request

+33 (0)1 75 44 98 53 - contact@lloyd-davis.com

109 RUE DU FAUBOURG SAINT-HONORÉ - 75008 PARIS

+33 (0) 1 75 44 98 53 - CONTACT@LLOYD-DAVIS.COM

WWW.LLOYD-DAVIS.COM

World point Distribution

ULTIMATE JET MAGAZINE

Country Distribution List

(February 2014)

Abu Dhabi, UAE
Andorra
Argentina
Austria
Australia
Bahamas
Bahrain
Belarus
Belgium
Bermuda
Brazil
Cameroon
Canada
Cayman Islands
Channel Islands
China
Croatia
Cyprus
Czech Republic
Denmark
Dubai, UAE
Ecuador
Egypt
Estonia
Finland
France
(mainland and Corsica)
French Polynesia
(Bora Bora, Patio Tahaa, Moorea)
Gabon
Germany
Gibraltar
Greece
Grenada
Guernsey
Guetamala
Hong Kong
Hungary
Iceland
India
Indonesia
Iran
Ireland
Isle of Man
Israel
Italy
Ivory Coast
Japan
Jordan
Kazakhstan
Kenya
Kuwait
Latvia
Lebanon
Libya
Liechstenstein
Luxembourg
Madagascar
Malasia
Malta
Maldives
Mauritania
Mexico
Monaco
Morocco
Namibia
Netherlands
New Zealand
Nigeria
Norway
Oman
Pakistan
Poland
Portugal
Qatar
Russia
Saint Barthélemy
Saint Croix
Saint Martin
Saint Thomas
Saudi Arabia
Senegal
Singapore
Slovenia
Slovakia
South Africa
Spain
Sweden
Switzerland
Syria
Tanzania
Thailand
Tunisia
Turkey
UAE
Ukraine
United Kingdom
(England, Northern Ireland, Scotland, Wales)
USA
Vietnam
Zambia

ULTIMATE JET

◆ Aviation Show

Farnborough AIRSHOW

Business Airport

ABACE SHANGHAI, CHINA

ebace 14TH ANNUAL | MAY 20, 21, 22, 2014 | GENEVA, SWITZERLAND

Jetexpo 4th International Bizav Show

MYS MONACO YACHT SHOW

NBAA

MEBA MIDDLE EAST BUSINESS AVIATION®

BASELWORLD

World point Distribution

ULTIMATE JET MAGAZINE

Distribution partners

(February 2014)

Austria
Jetalliance
Tyrolean Jet Services

Bahrain
Comlux Middle East

Belgium
Abelag
Aérogare
Flying Group
Jet Airways - Ticket Desk
Signature Flight Support

Brazil
Signature Flight Support

Canada
Signature Flight Support

Channel Islands
Interceptor Aviation

China
Deer Jet / Capital Jet Beijing FBO
Macau Business Aviation Center (MBAC)
Shanghai *Hawker Pacific Business Aviation Service Centre*
Zyb Lily Jet

Czech Republic
ABS JETS
Bell Helicopter Europe
Grossman Jet Service

France
ADP - Hall Embarquement
Advanced Air Support
Aélia Assurances
Aéroport Cannes-Mandelieu
Aéroport international du Castellet
Air & Compagnie
Air Partner
Aircraft cleaning services
ATR
Aviapartner Nice S.A.S./ Signature Flight Support
Aviaxess
Azur Helicoptere
BCA
Boutique du pilote
Cannes Aviation
Carat
CCI Aéroport de St Tropez
Cleanjet
Compagnie Aérovision
Dassault Falcon Services - FBO
Eurocopter
FC Nantes
FlightSafety International
French Aviation
Glasscockpit
Groupe M
Hall Accueil ADP
Heli Riviera
Heli-Challenge
Héli-First
IFAERO
IXAIR
Jet Azur
Jet Ex
Landmark
Landmark Aviation
MasterJet
Mont Blanc Hélicoptères
MPG Havas Media France
Oya Vendée Hélicoptères
Pilot Shop
Rockwell Collins France
SAF
Signature Flight Support
Signature T1
Signature T2
Sud Air Equipement
Swissport
UNIAIR
UNIJET
Universal
Valljet

Germany
Aero-Dienst GmbH & Co. KG
BAS Berlin Aviation Service GmbH
CAS Cologne Aviation Service
DAS Dusseldorf Aviation Service
DC Aviation GmbH
ExecuJet Europe GmbH
FAS Frankfurt Aviation Service
HAS Hamburg Aviation Service
IQJETS
Jet Aviation Dusseldorf
MAS Munich Aviation Service
RAS Rheinland Air Service
RUAG Aviation FBO
Signature Flight Support
Swissport

Greece
AMJET
Euro Aviation SA
Goldair Handling
Melisanidis Dinitris
Servisair GlobeGround
Signature Flight Support
Swissport

Hong Kong
AsiaJet
Jet Aviation Hong Kong
MetroJet Ltd
Signature Flight Support

Iceland
SouthAir Iceland

Ireland
Private Sky
Shannon Airport
Signature Flight Support
Westair Aviation
Westlands Hangar

Italy
Aeroporto di Albenga
Aeroporto di Verona
AgustaWestland SpA
ARGOS VIP
ATA
Bizjet Italia Sarl
Eccelsa Aviation
ESAIR
Eurofly Service S.p.A.
Flygroup
GS Aviation
Hifly Service
Interfly
SIRIO
Sky Services
TAG Terminal Aviazione Generale
Turin Flying Handling
Universal
Venice Airport

Kazakhstan
Comlux KZ

Lebanon
Cedar Jet Center
Executive Aircraft Services

Luxembourg
FlyingGroup Luxembourg
Jetfly Aviation SA

Malaysia
Skypark FBO Malaysia

Monaco
Air Partner International
Monacair

Morocco
HELICONIA Aerosolutions

New Zealand
Airwork

Norway
CAE Training Norway AS

Portugal
NetJets Transportes Aéreos
Omni aviaçao e tecnologia
Servisair GlobeGround

Qatar
Qatar Executive

Russia
Comlux Russia
VIPPORT
3GR

Saudi Arabia
Jet Aviation Saudi Arabia
Saudia Private Aviation - SPA

Singapore
Jet Aviation Singapore
Universal Singapore Airport Services

Slovenia
Elit Avia
Linxair Business Airlines

South Africa
ExecuJet South Africa Pty Ltd
Signature Flight Support

Spain
Aerea
Aero Link
Air Med
Assistair
CorporatejetsXXI, S.A
Euraservsices
ExecuJet Spain
Executive Airlines
General Aviation Service
Gestair
Gestair FBOs
GS Aviation
Harsant Air
Inter Welcome - VIP Handling
Mallorcair
Soko
Swissport Handling SA, Espagna
TAG Aviation
Taxijet
Top Fly
United Aviation Service
Universal Aviation

Switzerland
Airport Hotel/Casino
Albinati Aeronautics SA
Alpark
Alpine Jet Service
Bizjet group
Burnet Interiors
Dasnair SA
D-Jet
ExecuJet Europe
Fly Comlux Switzerland
Global Jet Concept
Jet Aviation
Jet Aviation AG
Jet Link
Linth Air Service
Marenco Swisshelicopter
MasterJet
Netjets
OnAir
PrivatAir
PrivatPort / Swissport
RUAG Aviation (FBO)
Ruag Schweiz AG
Swift Copters
Swissport Int'l Ltd. Station Basel
TAG AVIATION SA

Turkey
ExecuJet Bilen Air Service

United Arab Emirates
Al Bateen Executive Airport
DC Aviation Al-Futtaim
DUBAI WORLD CENTRAL
ExecuJet Middle East LLC
Jet Aviation Dubai
JetEx
ROYAL JET
United Aviation Services

United Kingdom
AVIATOR Hotel
Biggin Hill Airport Limited
Blackpool Airport
Blink
Cello Aviation
Cessna Aircraft Company
Corporate Jet Management
Doncaster Airport
Eniskillen Airport
ExecuJet UK Ltd.
Exeter International Airport
FlyMeNow
FreshAir (UK) Ltd.
Global Flight Solutions
Hangar 8
Harrods Aviation
Hawker Beechcraft Intl Service Company
Hunt & Palmer
International JetClub Ltd
JetAviation UK Ltd
JetCentre
LEA London Executive Aviation
Oxfordjet
PremiAir Global
Rizon Jet UK Limited
Royal Jet
SaxonAir Charter Ltd,
Servisair
Servisair GlobeGround
Signature Flight Support
Tag Aviation
Titan Airways
Weston Aviation

USA
Signature Flight Support

Subscribe now Abonnez-vous

Single subscription
Abonnement simple

40 € **year / an** **6 issues / numéros**

70 € **2 years / 2 ans** **12 issues / numéros**

1 year/an : Continental Europe : 40 € - All others countries : 75 €
2 years/ans : Continental Europe : 70 € - All others countries : 125 €

Multi-copies subscription pack - *Pack Abonnement Multi-Exemplaires*

Get several copies of each issue at a discount price.
Recevez directement plusieurs exemplaires de chaque parution et bénéficiez de tarifs avantageux.

Corporate Offer
Spécial Entreprises

6 issues per year - *6 n°/an*		**Ultimate Jet Magazine 1 year - an**
Europe	❑ **2 copies** per issue - 2 ex / n°	❑ 70 €
	❑ **5 copies** per issue - 5 ex / n°	❑ 216 €
All other countries ***Autres pays***	❑ **2 copies** per issue - 2 ex / n°	❑ 135 €
	❑ **5 copies** per issue - 5 ex / n°	❑ 337 €

Tick appropriate boxes - *cochez l'option choisie*

❑ Mme ❑ Mlle ❑ M.

Company / Société :

Surname / Nom :

Name / Prénom :

Address / Adresse :

City / Ville:

Postal code / Code Postal :

Country / Pays :

Tel.:

E-MAIL :

Subscribe by phone*
Abonnez vous par téléphone*
+33 (0) 1 64 46 66 98

Please find enclosed my payment of _____ € to Callixo

Ci-joint mon règlement de _____ € à l'ordre de Callixo

Payment method: ❑ Check(Euros) ❑ Credit card
❑ Bank Transfer (please contact us)

Je règle par : ❑ *Chèque* ❑ *Carte bancaire*
❑ *Virement (nous contacter)*

Credit Card: following credit cards accepted : Visa, Mastercard, CB.
Carte bancaire : nous acceptons les cartes bancaires : CB, Visa, Mastercard.
Please complete the form - *Remplir obligatoirement toutes les rubriques ci-dessous :*

Card Number
N° Carte Bancaire : ␣␣␣␣ ␣␣␣␣ ␣␣␣␣ ␣␣␣␣

CVC Code - *Les 3 derniers chiffres figurant au verso de votre carte :* ␣␣␣

Expiration - *Date d'expiration :* ␣␣ / ␣␣

Date : Signature :

*payment by credit cards only * abonnement par carte bancaire uniquement*

En application de l'article L.27 de la loi du 6 Janvier 1978, les informations demandées ici sont indispensable au traitement de votre commande et aux services qui y sont associés. Elles ne seront transmises qu'au service assurant le traitement de votre commande et des services associés. Vous avez le droit d'accéder à ces informations, de demander éventuellement les rectifications nécessaires et de vous opposer à ce que vos noms, adresse et e-mail soient communiqués à d'autres entreprises en le demandant par écrit au service abonnements de Callixo.

CALLIXO
19 avenue des Indes- 91940 Les Ulis - FRANCE – 91940 Les Ulis - FRANCE - TEL : +33 (0) 1 64 46 66 98 • FAX : +33 (0) 1 64 46 65 36 - contact@callixo.com

ULTIMATE JET

EUROPE - RUSSIA - ASIA - MIDDLE EAST - AMERICAS

ONE WORLD, ONE EDITION

4 multimedia platforms ensure unbeatable visibility on every continent

Magazine + Website + e-magazine + iPad®

Experience the power of global communication with Ultimate Jet

www.ultimatejet.com

® iPad is a trademark of Apple Inc., registred in the U.S. and other countries.

ULTIMATE JET

Est édité par/is published by : La société CALLIXO
www.callixo.com

Siège social/Corporate headquarters :
Société CALLIXO
19 avenue des Indes
91940 Les Ulis - FRANCE
Tél. : +33 (0)1 64 46 66 98 – Fax : +33 (0)1 64 46 65 36
Email : contact@callixo.com
Sarl au capital de 200 000 €
RCS : 448 093 543 00012

Gérant/Legal Representative & Executive Director
Arnaud Devriendt
adevriendt@callixo.com

Directrice Général/Managing Director
Jill Samuelson
jillsamuelson@callixo.com
+33 (0)6 73 03 96 33

Comité de rédaction/Editorial board
Directeur de Publication/Executive Director
Arnaud Devriendt

Redacteur en Chef Adjoint/Assistant Editor
Frédéric Vergnères - fvergneres@callixo.com
+33 (0)6 64 02 08 84

Directeur Artistique/Art Director
Olivier Noël

Ont collaboré à ce numéro/Contributed to this issue
François Blanc, Jean-Michel Salmon,
Chloé Baud'huin, Céline Giraud, Aurélien Milon

Traduction/Translation
Megan Scoretz - Callixo

Régie Publicitaire/Advertising Sales
contact@callixo.com
+33 (0) 1 64 46 66 98

Objectif Média- Alexandra Rançon
alexandra@objectif-media.com
Tel/fax 00 32 23 74 22 25
Port: 00 32 484 685 115

Développement commercial / Business Development
Jill Samuelson : jillsamuelson@callixo.com
Céline Giraud : cgiraud@callixo.com

belles demeures
LUXURY FRENCH PROPERTIES

spécialiste en immobilier de prestige depuis plus de 20 ans,
vous invite à devenir membre de son espace privé.

bdprivate.com
by bellesdemeures
LUXURY ESTATE

BIENVENUE CHEZ VOUS

En exclusivité, vous serez les premiers à découvrir des biens haut-de-gamme ou confidentiels.
Notre notoriété vous garantit la meilleure rencontre entre l'offre et la demande,en toute confidentialité.

Rendez-vous sur
www.bdprivate.com

Now you have two choices for superior, ultra-long-range capability. The 5,950 nm Falcon 7X—the fastest selling Falcon ever (and with good reason). Or the new, 6,450 nm Falcon 8X, destined to become a favorite of world travelers. Both have the awe-inspiring ability to fly long distances from short and challenging runways such as Aspen and London City. The 8X is more than three feet longer, with over 30 cabin layouts. Fly far. Fly in comfort. Achieve more.

Falcon 7X / 8X

WWW.DASSAULTFALCON.COM | FRANCE: +33 1 47 11 88 68 | USA: +1 201 541 4600

DASSAULT FALCON ENGINEERED WITH PASSION