

La nautica e le sfide del futuro

Al via da questa mattina la sei giorni del Salone Nautico di Genova, alla presenza di tre ministri. Oltre 1.000 espositori e un'infinità di eventi: per gli appassionati e per chi si godrà la festa in piazza

Si apre oggi il Salone nautico di Genova, edizione numero 62: questa mattina alle 10.30 la tradizionale cerimonia di apertura, con l'alzabandiera e il passaggio del "Caio Duilio", il cacciatorpediniere della Marina militare e i saluti delle autorità, aperti dal sindaco di Genova Marco Bucci. Attesi da Roma tre ministri: il titolare del Tesoro, Daniele Franco, il numero uno delle Infrastrutture e mobilità sostenibili, Enrico Giovannini, e quello del Turismo, Massimo Garavaglia, cui spetterà la chiusura della cerimonia.

La scommessa del Salone del 2020, organizzato in presenza a Genova in un periodo di fortissima difficoltà prodotta dalla pandemia globale, fu un segnale di reazione potente da parte del settore (dove l'Italia rappresenta la punta di diamante, Paese numero uno al mondo nella produzione di maxi-yacht). La nautica non si arrese, e questa tenacia è stata ripagata da un grande 2021, e da un 2022 che si preannuncia il migliore di sempre per tutto il comparto. Il futuro è però complesso: portare il settore verso la sostenibilità è una sfida tutta da affrontare, c'è una clientela da convincere, ci sono tante soluzioni che devono maturare per essere commercializzate. La guerra e la crisi economica rappresentano poi il nuvolone all'orizzonte, ben visibile a grandi e piccole imprese, nessuna delle qua-

li, tra le 1.000 in esposizione (con altrettante barche) da oggi a Genova però vuole lasciare la cresta dell'onda.

Già solo il titolo del convegno inaugurale della kermesse organizzata dalla Confindustria Nautica è piuttosto esplicito su questo punto: "Industria nautica: crescere in Italia, conquistare il mondo". Oltre ai padroni di casa, cioè Carlo Bonomi, presidente di Confindustria e di Saverio Cecchi alla guida della Confindustria Nautica e I Saloni Nautici, accoglieranno chi con la nautica lavora a stretto contatto, come Carlo Maria Ferro, presidente di Ice Agenzia, Marcello Minenna, direttore generale dell'Agenzia delle Dogane, e poi le autorità locali - oltre al sindaco, il governatore ligure Giovanni Toti e il presidente del porto, Paolo Emilio Signorini. Nel pomeriggio i due appuntamenti tecnici più attesi dell'anno, il Boating Economic Forecast, presentato dall'Ufficio Studi di Confindustria Nautica e le fondazioni Edison e **Symbola**, e poi l'incontro su Nautica e fisco. Tra gli stand e all'Eberhard & Co. Theatre eventi legati al mondo del mare fino a sera, quando in città, dalle 21, comincerà la grande festa a Piazza De Ferrari, con lo spettacolo "Onda su onda", con fuochi, luci, karaoke e canzoni dedicate al mare e alla navigazione organizzato in collaborazione con Lamialiguria - Regione Liguria.

GIOVANNI POMATI Il numero uno di Nautor's Swan, il cantiere di Leonardo Ferragamo: «All'orizzonte? C'è un maxi da 125 piedi»

«Barche a vela, un mondo che è già cambiato Più comode e veloci anche con meno vento»

L'INTERVISTA

FABIO POZZO

Giovanni Pomati, il ceo di Nautor's Swan, il cantiere italo-finlandese di Leonardo Ferragamo che vara barche a vela cult, gli Swan appunto, è un ingegnere che ha preso la patente nautica prima di quella dell'auto. E che ha un sorriso largo così perché ha appena acquistato uno Swan 54 («usato», specifica). Ma, probabilmente anche perché Nautor's Swan chiuderà l'anno «con un fatturato record».

Pomati, la nautica va.

«La mia percezione è che sia così. Il desiderio di vivere il mare e la natura, di evadere da una vita dedicata solo al lavoro è molto forte. Poi c'è ovviamente preoccupazione per quanto accade nel mondo. La presa d'ordini del 2022 non è quella del 2021, che è stata straordinaria, sta tornando più nella norma, ma anche più continuativa nell'anno».

Al Salone cosa portate?

«Lo Swan 48, che è il nostro big seller con circa 50 unità già prodotte. Poi, lo Swan 55 e il tender a motore Shadow».

A Genova il 53% delle barche esposte è a motore, il 12,5% a vela. Che cosa vuole

chi acquista una vela?

«Beh, a dire il vero noi vorremmo capire soprattutto cosa vogliono quelli del 53%, per riuscire a portarli alla vela. Ci sono driver assoluti che ti portano a scegliere la vela, vale a dire i consumi ridotti, che non significa solo risparmiare ma anche inquinare meno, e il silenzio. Altri che ti portano a non sceglierla, come il preconcetti della mancanza di tempo e della scomodità. Il primo è discutibile, perché tra i nostri armatori abbiamo fior di manager che hanno davvero il tempo centellinato. Si tratta piuttosto di organizzazione. Quanto al comfort, c'è il tema della famiglia...».

In che senso?

«Moglie e bambini vogliono stare comodi in barca. Ma la barca a vela s'inclina e la si pensa con spazi ridotti e chiusi. Non è più così. Le vele moderne sono di gran lunga più comode del passato: hanno sbandamenti minori, uno studio dell'ergonomia molto sofisticato. Anche gli spazi sono stati ripensati, con qualche vantaggio in più: la coperta, ad esempio, è una piattaforma sul mare dove le persone a bordo possono stare davvero insieme, a differenza di quelle a motore, divise su più ponti. E poi, sottocoperta non si è più chiusi, ci sono finestrate che consentono di vedere fuori».

Imbarcazioni anche più efficienti?

«Le barche a vela di oggi sono studiate per navigare con meno vento rispetto a quelle di una volta. E questo è importante, perché puoi andare a vela anche nel Mediterraneo in giorni normali, che rientrano nella media degli otto nodi. Con otto nodi di vento le barche di un tempo si muovevano poco, oggi vanno. Non tanto di bolina, quando alle andature portanti, dai 90 gradi in su, sono molto più plananti e la velocità media si è alzata tantissimo. Con le nuove barche usi di più le vele e vai più veloce».

Torniamo al mercato. Come vanno le cose per Nautor's Swan?

«Andiamo a tutto vapore, come ormai da un paio d'anni. Abbiamo un portafoglio ordini importante, che nonostante le consegne nel 2021 e nel 2022 abbiamo ricaricato. Quest'anno dovremmo chiudere con un fatturato record del cantiere. Siamo in pieno lancio di nuovi modelli. Abbiamo in arrivo la rivisitazione dello Swan 48 e il nostro secondo modello a motore, Over Shadow, che nascerà sulla stessa piattaforma del precedente tender Shadow, ma sarà una barca chiusa e con motori entro bordo. E, infine, arriverà il ClubSwan 41, una piccola barca a vela del range ClubSwan,

quello di vele più tirate, che è un po' un compromesso per chi vuole regatare col sistema di rating Orc (barche diverse) ma anche tra gli one design (monotipo) e che vuole usare la stessa imbarcazione anche per la crociera. Un modello che in passato si era già fatto, pensavamo che mancasse e lo abbiamo riprodotto».

All'orizzonte?

«Un maxi di 128 piedi».

Sul fronte motore?

«Siamo partiti, ma stiamo andando piano perché vogliamo avere una divisione motore che sia all'altezza del nome che portiamo. Costruiremo queste barche in Centro Italia, ma dovranno essere legate al know how e alla storia di Nautor's Swan».

Il tema della sostenibilità.

«Abbiamo sposato il concetto di green & blue, dove i filoni portanti sono l'uso dell'energia e delle fonti alternative, ma anche del comportamento ecologico: ad esempio, l'uso dell'acqua di mare desalinizzata anziché quella nelle bottiglie di plastica. Non intendiamo fare la rivoluzione, sarà una progressione step by step, che è già in corso. Quanto alla propulsione, è in produzione la nostra prima barca full ibrida, un 88 piedi, e stiamo lavorando perché tutti i modelli possano montare l'ibrido, dal 48 piedi ai supermaxi». —

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Lo Swan 48, il più venduto dal cantiere Nautor's Swan, è in esposizione a Genova



GIOVANNI POMATI
CHIEF EXECUTIVE OFFICER
DELLA NAUTOR'S SWAN

«Occhio alla sostenibilità Molti nel nostro settore fanno solo marketing»

«La nautica vive un bel momento
E noi chiuderemo l'anno probabilmente con un fatturato da record»

«Le barche moderne permettono di usare maggiormente la vela, anche con poco vento
La velocità media è cresciuta molto»

L'INTERVISTA

ALBERTO QUARATI

Al vertice del gruppo più diversificato nel settore dello yachting con sette differenti marchi, 1.600 dipendenti in Italia e un indotto di 2.400, Alberto Galassi, amministratore delegato di Ferretti, sarà a Genova venerdì, per incontrare ospiti e clienti, presentando due *première*, il Ferretti Yachts 860 e l'Itama 62Rs. «Del primo spiega l'avvocato-manager progettato da Filippo Salvetti, ne abbiamo già venduti 10, e sono contento perché il numero uno è di un armatore italiano. Il secondo è stato una bella sfida, perché era necessario innovare mantenendo però le caratteristi-

che di eleganza del marchio. Come sta, pronto per affrontare la kermesse?»

«Guardi, per contratto devo dire che sto bene. Ma scherzi a parte stiamo chiudendo un anno davvero strepitoso, nel semestre abbiamo registrato un fatturato di 538 milioni di euro a fronte di un utile netto di 30 milioni, Ebidta di 69 milioni. Il nostro portafoglio ordini si attesta a 1,3 miliardi. Dei nuovi contratti, il 20% proviene da clienti che hanno lasciato altri cantieri per acquistare uno dei nostri prodotti. Poi ci sono gli affezionati, o quelli che tornano da noi, o chi avendo già una delle nostre barche ne compra un'altra, con sette marchi è possibile anche questo. E a novembre ci aspettiamo risultati ancora più sorprendenti. Dall'inizio del conflitto in Ucraina,

siamo stati l'unica azienda che ha avviato un processo di quotazione, ad Hong Kong, che sta dando i suoi frutti, abbiamo zero debiti, zero giacenze, zero usato in magazzino. Insomma, abbiamo cassa, che in economia è la cosa più importante. Noi ne abbiamo molta, e siamo pronti per nuovi investimenti».

Sì, è in progetto il rinnovo della gamma, 24 modelli...

«Certamente, ma le sto parlando di acquisizioni. A breve torniamo a comprare, quindi stia sintonizzato su quello che stiamo facendo, perché ci saranno delle sorprese interessanti».

Italia o estero, marchi o cantieri?

«Siamo quotati: secondo lei glielo posso dire?».

Può dirmi però quali so-

no gli investimenti che state facendo in Liguria.

«Per noi Liguria significa essenzialmente La Spezia. E su quel cantiere abbiamo investito milioni di euro e ne investiremo ancora, perché la verità è che non riusciamo a stare dietro alla produzione dei Riva, specie i più grandi. È necessario un raddoppio della capacità produttiva di quel cantiere, dopo che già abbiamo adottato soluzioni tecniche innovative, l'utilizzo del fotovoltaico ma soprattutto il completamento dello scafo in acqua sotto un'area coperta. Lo facciamo solo noi: così d'estate i lavoratori sono protetti dal caldo, d'inverno dal freddo, e la produzione può procedere».

Grand tema di quest'anno è la sostenibilità.

«Ecco, qui credo sia neces-

sario fare una divisione tra quello che è sostenibilità e quello che è marketing. Il marketing lo fanno tutti, e a noi, sui temi ambientali, è una cosa che non ci interessa. Lei sta parlando letteralmente con un convertito, e in fondo vorrei far notare che nel settore siamo gli unici a fare un bilancio di sostenibilità, sin dal 2019. Lì c'è tutto quello che facciamo. Invece, quando vedo certi concorrenti che vendono qualcosa che è tre mezzo spacciandola per un sette... Non so, abbiamo verificato quei dati, li abbiamo analizzati con una società indipenden-

te, ne ho anche parlato con un competitor con cui però abbiamo dei legami strategici. Abbiamo constatato che sono state dette castronerie, se non vere e proprie corbellerie... non so se mi sono spiegato».

E chi è questo concorrente?

«Al massimo le posso dire chi non è. E si fa presto: in Italia ci sono due società quotate nel nostro settore. Ecco, quelle due, sul tema ambientale sono tenute a sbandiera la verità, non il marketing».

Altro tema è la crisi, che tutti più o meno vedono all'orizzonte.

«Ragioniamo un momento. La guerra in Ucraina è iniziata il 25 febbraio. La crisi delle materie prime è in atto da circa un anno. Il fatto è che la recessione è già cominciata, ci siamo già dentro. Dal nostro punto di vista, guardando alle vendite, non abbiamo alcun segnale di rallentamento. È come se ci fossero due economie parallele, a seconda dei settori che si prendono in considerazione. Un'economia patisce moltissimo gli effetti di questa crisi, un'altra proprio non li sente. Detto questo, noi siamo una falange romana. E siamo giovani - io sono

il più vecchio del gruppo, insieme a pochi colleghi - con molte donne ai vertici. Nel caso, abbiamo le nostre strategie per difenderci. E intanto aiutiamo i nostri dipendenti alle prese con l'economia reale».

Ad esempio con dei bonus?

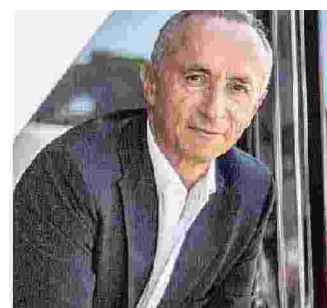
«Con quello che sarà. Ma lo faremo, come abbiamo sempre fatto anche in passato, con la massima attenzione e rispetto. Mia madre diceva: "Fai del bene, poi dimenticalo": non vogliamo farci pubblicità su queste cose, ma è anticipare dire che ci sarà un aiuto». —

© RIPRODUZIONE RISERVATA

ALBERTO GALASSI L'ad della Ferretti: «Pronti a nuove acquisizioni»



Il Ferretti 860, première di Ferretti Yachts al Salone Nautico



ALBERTO GALASSI
AMMINISTRATORE DELEGATO
DEL GRUPPO FERRETTI

«La crisi economica è già in corso, ma noi non ne siamo toccati. Abbiamo zero debiti, zero giacenza, ma davvero tanta cassa»

