

SuperYacht24

Il quotidiano online del mercato superyacht

Come sta cambiando la domanda di super yacht ai cantieri italiani

Nicola Capuzzo · Tuesday, April 11th, 2023

Milano – Oltre ai numeri sul comparto della cantieristica nautica italiana, riflessioni sulle criticità imposte dalle catene di approvvigionamento e sulle nuove opportunità nel rapporto fra aziende e investitori, il confronto andato recentemente in scena a Milano grazie a Confindustria Nautica e a Deloitte ha permesso di ascoltare alcuni dati interessanti sulla tendenza evolutiva degli armatori di super yacht direttamente dalla voce dei maggiori costruttori italiani di navi da diporto.

Carla Demaria, executive director di Sanlorenzo e amministratore delegato del marchio Bluegame, oltre ad aver sottolineato quanto la possibile futura penetrazione del mercato della nautica sia ancora enorme (“aree geografiche come l’Asia Pacific hanno potenzialità di crescita enorme” aveva detto anticipando di pochi giorni la notizia del [possibile ingresso del cantiere spezzino in Simpson Marine](#)), guardando alla domanda ha detto: “La sostenibilità ha il vantaggio che sta avvicinando soprattutto i giovani alla nautica; giovani che sono soprattutto in Asia Pacific. Nuova clientela verrà da aree geografiche nuove”.

Oltre a ciò Carla Demaria ha rivelato che per “i super yacht Sanlorenzo l’età media degli armatori committenti è scesa da 57 a 48 anni in due anni. Clienti più giovani vuol dire che compreranno almeno una barca in più”. Un altro trend nuovo e interessante riguarda l’utilizzo della barca: “È passato da 60 a 120 giorni l’utilizzo medio degli yacht ogni anno dopo il Covid”.

Stefano de Vivo, chief commercial officer di Ferretti Group nonché managing director di Wally, ha aggiunto che “l’anno scorso il 48% dei contratti firmati è stato con persone che non avevano mai avuto barche da più di 30 piedi (nel 2019 questo valore non era più del 25%)”. Secondo de Vivo in Italia “mancano le infrastrutture per poter crescere ancora di più” nella nautica ma nonostante ciò “l’outlook per noi è roseo” ha sottolineato.

A proposito sempre dell’evoluzione della domanda di super yacht da parte degli armatori amministratore delegato del gruppo Overmarine, Maurizio Balducci, nella stessa occasione ha affermato che “nessuno compra più la barca per status symbol ma perché la vuole concretamente usare. La scelgono per le esigenze familiari; magari preferiscono barche da 30-40 metri venendo da yacht di 80 metri che però sono quasi navi da crociera mentre sulle unità di dimensioni più contenute possono ritrovare il contatto con il mare”. Secondo Balducci il segreto sta nella semplicità: “Quanto più saremo bravi a semplificare la vita e tanto più saremo in grado di attrarre

l'interesse degli armatori”.

CLICCA QUI PER ISCRIVERTI ALLA NEWSLETTER GRATUITA DI SUPER YACHT

24

Supply chain e nautica: i cantieri italiani hanno detto addio al ‘Just in time’

Deloitte per Confindustria Nautica: “Mercato del diporto in Italia oltre i 4 miliardi nel 2022”

Cantiere del Pardo verso la quotazione e Quick pronta a una nuova acquisizione

This entry was posted on Tuesday, April 11th, 2023 at 10:14 pm and is filed under [Yards](#). You can follow any responses to this entry through the [Comments \(RSS\)](#) feed. You can leave a response, or [trackback](#) from your own site.