

SuperYacht24

Il quotidiano online del mercato superyacht

Müller (Bavaria Yachts): “La crescita tornerà a fine 2025, l’Italia è forte e il mercato sarà sempre più digital”

Nicola Capuzzo · Wednesday, March 26th, 2025

Dalla contrazione del mercato alla previsione di crescita, che tornerà a fine anno, con un marketing che dovrà sempre puntare di più al digital per seguire le nuove necessità dei clienti, nella promozione così come nella progettazione di nuove barche. SUPER YACHT 24 ha intervistato Michael Müller, amministratore delegato di Bavaria Yachts.

Michael Müller, com’è stato il 2024 dal punto di vista del mercato?

“Durante la pandemia, tutti i cantieri navali hanno ampliato notevolmente le loro capacità perché la domanda è salita alle stelle. Ma già alla fine del 2023 era evidente che la domanda sarebbe tornata alla normalità. E nel 2024, purtroppo, ciò sarebbe avvenuto più di quanto molti operatori del settore avessero sperato. In Bavaria ci siamo preparati a questa nuova situazione di mercato oltre 12 mesi fa. Abbiamo adeguato le capacità del nostro cantiere in modo da poter produrre tutto con il nostro team interno. Di conseguenza, abbiamo raggiunto un livello in cui la produzione e i costi sono in un rapporto sano”.

Analizzando i vari segmenti di imbarcazioni che costruite, quali sono andati meglio e quali meno bene?

“Bavaria serve un mercato altamente competitivo con barche a vela e a motore di lunghezza compresa tra i 30 e i 57 piedi. Nel segmento delle barche a vela, nel 2023/24 abbiamo introdotto il C46. Naviga perfettamente in mare e può essere portato rapidamente anche da equipaggi poco numerosi. Dalla scorsa stagione, i primi Bavaria C46 sono entrati nelle flotte charter del Mediterraneo, dove hanno dimostrato il loro valore. E se date un’occhiata alla nostra linea di produzione, potete vedere quanti C46 sono attualmente in costruzione. Nel segmento delle barche a motore, i nuovi modelli SR-Line sono naturalmente molto richiesti. Con il [restyling della Bavariaida Vida](#), ci aspettiamo una forte crescita quest’anno”.

Che ruolo ha il mercato italiano per voi? Quante barche vendete in Italia e di che tipo?

“Abbiamo una forte rete di concessionari in Italia con partner che lavorano con Bavaria da molto tempo. Non vogliamo fornire cifre. Ma grazie ai nostri partner le cose stanno andando molto bene. Come si può vedere dalle sei barche esposte all’ultimo Salone Nautico di Genova”.

In quale direzione vanno i vostri nuovi modelli?

“I nostri clienti si muovono al passo con i tempi. Per questo osserviamo tutte le tendenze e le incorporiamo nei modelli nuovi e in quelli esistenti. Per quanto riguarda le barche a vela, la tendenza è quella di navigare su barche più grandi con equipaggi ridotti. Per quanto riguarda le barche a motore, si tratta anche di maneggevolezza, sicurezza e divertimento con la famiglia e gli amici”.

Quali investimenti avete in programma per il futuro?

“Naturalmente rivediamo costantemente i nostri piani e li modifichiamo se il mercato cambia. Oltre all’ulteriore sviluppo di nuove imbarcazioni, continueremo a investire nell’assistenza e nel post-vendita. Abbiamo appena aperto un nuovo Bavaria Service Point per l’Adriatico a Biograd. Qui i proprietari di Bavaria hanno un punto di contatto se hanno bisogno di assistenza per la loro barca”.

Come declinate il concetto di sostenibilità?

“Abbiamo un progetto di propulsione elettrica per le barche a vela che vogliamo realizzare entro la fine dell’anno”.

Quali sono le aspettative del mercato per il 2025?

“È molto difficile valutare lo sviluppo del mercato in questo momento. Le crisi, il cambiamento delle rotte commerciali o la possibile introduzione di tariffe rendono quasi impossibile una pianificazione concreta. Riteniamo che il mercato tornerà a crescere alla fine del 2025”.

Bavaria non ha partecipato allo scorso Boot Düsseldorf e, come voi, anche altri grandi cantieri.

“In Bavaria Yachts, come in tutti gli altri produttori, l’attenzione è sempre rivolta al mercato dei nostri clienti. Il giusto mix sta giocando un ruolo sempre più importante nell’industria degli yacht. Dai saloni nautici principali, come il boot Düsseldorf, i saloni nautici regionali e le esposizioni interne ai concessionari ai canali digitali, dal sito web ai social media, questo marketing mix copre oggi un ampio spettro. A causa della pandemia di Covid, il “percorso verso il mercato” per i clienti è stato riallineato. I media digitali, ad esempio, svolgono un ruolo sempre più importante. Le brochure stampate, invece, non sono quasi più richieste. Stiamo quindi adattando il nostro marketing mix in tutti i settori per soddisfare le nuove esigenze dei nostri clienti”.

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER GRATUITA DI SUPER YACHT 24

SUPER YACHT 24 È ANCHE SU WHATSAPP: BASTA CLICCARE QUI PER ISCRIVERSI AL CANALE ED ESSERE SEMPRE AGGIORNATI

Anche Norberto Ferretti al 6° Forum di SUPER YACHT 24: parlerà alle nuove generazioni della nautica

This entry was posted on Wednesday, March 26th, 2025 at 9:50 am and is filed under [Yacht24](#), [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.