

SuperYacht24

Il quotidiano online del mercato superyacht

Fountaine Pajot e Dufour, l'Italia è strategica per l'alto di gamma

Nicola Capuzzo · Tuesday, February 3rd, 2026

Düsseldorf (Germania) – Negli ultimi anni il cantieri francesi Fountaine Pajot (e anche Dufour, parte del gruppo) ha accelerato un percorso di riposizionamento verso l'alto, ridefinendo gamme, struttura industriale e approccio commerciale. Un'evoluzione che trova nel mercato italiano uno dei contesti più ricettivi. In occasione dello scorso Monaco Yacht Show il gruppo aveva infatti svelato il nuovo brand Fountaine Pajot Yachts dedicato ai grandi catamarani salutato con le seguenti parole dall'a.d. Romain Motteau: “Con Fountaine Pajot Yachts stiamo compiendo un ulteriore passo in avanti. Il segmento high-end sta registrando una domanda in crescita, trainata da armatori e futuri clienti dalle aspettative sempre più elevate. La nostra ambizione è rispondere con yacht iconici, caratterizzati da una firma stilistica riconoscibile, da un'elevata personalizzazione e da una visione sostenibile della navigazione. Si tratta di un'evoluzione naturale che conferma la nostra determinazione a strutturare l'offerta, rafforzare la nostra presenza e prepararci al futuro. L'annuncio del nuovo FPY 120S si inserisce in questa dinamica ed esprime chiaramente la nostra volontà di affermare il brand nel segmento dei superyacht di alta gamma”. Al boot Düsseldorf 2026 SUPER YACHT 24 ha invece incontrato Domenico Furci, responsabile per l'Italia dei due brand, che analizza numeri, strategie e dinamiche di mercato.

Partiamo dal mercato italiano: quanto vale per Dufour e Fountaine Pajot in termini di fatturato e volumi?

“Il fatturato è cresciuto: da una fascia storica tra i 10 e i 15 milioni di euro siamo arrivati a quasi il doppio. Per Dufour, in termini quantitativi, parliamo di 50-60 unità all'anno in Italia, che rappresentano una leadership di mercato. Questo risultato si spiega con tre fattori: la capacità di coniugare performance e cruising in una gamma omogenea, la fidelizzazione del cliente che può crescere all'interno della famiglia di prodotto e il fatto che Dufour sia sempre stato percepito come il più italiano dei cantieri francesi, vicino al gusto e alle aspettative del nostro mercato”.

E per i catamarani?

“I numeri sono più variabili perché le unità grandi incidono molto sul fatturato, ma mediamente siamo tra le 30 e le 40 unità all'anno. Anche qui il successo è legato alla capacità di preservare il valore nel tempo: chi compra un'imbarcazione acquista un asset e se questo mantiene valore dopo 3, 5 o 7 anni, la soddisfazione del cliente e del partner professionale cresce in modo evidente”.

Qual è la dinamica dell'evoluzione verso l'alto e cosa sta accadendo in Italia?

“Negli ultimi due anni il gruppo ha compiuto un’evoluzione funzionale sul mercato: la clientela si è fortemente segmentata e abbiamo visto una parte di armatori salire verso la gamma alta, anche per effetto di una maggiore disponibilità economica, mentre resta centrale per noi il segmento quantitativamente più importante, tra i 40 e i 55 piedi. Da qui la scelta di strutturare e differenziare le strategie su due livelli”.

Come avete organizzato questa nuova struttura di gamma per Fountaine Pajot?

“Abbiamo definito una fascia che in francese chiamiamo ‘coeur de gamme’, tra 40 e 55 piedi, dove il 55 rappresenta una novità in uscita quest’anno, e una gamma superiore che in passato chiamavamo Flagship e che oggi identifichiamo come Yachts. Non è solo una questione di nome: significa parlare a questo target di armatori con il suo linguaggio, fatto di personalizzazione, allestimenti speciali, richieste one-off, esigenze che richiedono una struttura industriale e commerciale dedicata”.

Quali modelli rientrano oggi nella linea Yachts?

“La gamma parte dal 59 piedi con il Samana, in fase di evoluzione, prosegue con l’80 declinato in power e sail e arriva al 110. Sono dimensioni che impongono un’organizzazione adeguata non solo produttiva ma anche commerciale. Abbiamo creato un team dedicato, capace di coordinare competenze interne che già esistevano ma che prima non erano valorizzate da una strategia specifica e visibile sul mercato”.

Questo comporta anche una selezione della rete commerciale?

“Sì, non tutti i dealer possono giocare la stessa partita su queste dimensioni e con questo tipo di clientela. In Italia, che è sempre stato un mercato di riferimento, abbiamo già scelto partner adeguati e i risultati si vedono”.

Che ruolo gioca oggi il mercato italiano per i vostri catamarani di fascia alta?

“L’Italia ha accolto molto bene i nostri prodotti: sul nostro territorio abbiamo diverse unità flagship, parlo di Samana, Allegria 67 che ora non esiste più e sarà sostituito dal 70, e quattro unità da 80 piedi. È un mercato dove il catamarano è cresciuto naturalmente e dove molti armatori sono passati dal motore al catamarano, a vela o a motore, per coniugare costi e comfort. Esistono anche unità inserite in circuiti di charter di lusso, che rappresentano una vetrina efficace. Paradossalmente oggi la Francia ha meno flagship di noi sul proprio territorio”.

Avete anche rivisto la nomenclatura dei modelli. Perché questa scelta?

“Per anni abbiamo utilizzato nomi di isole associati ai modelli. Con la nuova strategia abbiamo scelto una denominazione più chiara e coerente con il posizionamento: FP seguito dalla lunghezza, quindi FP70, FP80 e così via. È una logica che rafforza l’identità del brand e rende immediatamente leggibile la gamma”.

Passando al brand Dufour: qual è stato il percorso di crescita verso l’alto?

“Per Dufour abbiamo fatto una scelta opposta a quella tradizionale: prima abbiamo adeguato la struttura, poi abbiamo costruito le barche. Abbiamo investito in un nuovo stabilimento a La Rochelle, dedicato alle grandi unità, con processi evoluti come l’infusione. Questo ci consente anche sinergie industriali all’interno del gruppo: ad esempio alcune unità Fountaine Pajot vengono costruite lì per beneficiare delle economie di scala. È il segno di un gruppo che lavora in modo coordinato e strategico”.

Il vostro rapporto storico con l’armatore ha inciso anche nel successo nel charter?

“Siamo sempre stati molto focalizzati sull’armatore privato. Solo quando abbiamo raggiunto una massa critica di produzione abbiamo potuto ampliare l’offerta verso il charter. Oggi quasi tutte le società di charter in Italia, comprese quelle di lusso, hanno i nostri modelli in flotta. Questo è un riconoscimento del valore del prodotto e della sua capacità di mantenere valore nel tempo, che nel B2B è un elemento decisivo”.

Un tema sempre più centrale è quello della sostenibilità. Qual è la vostra posizione concreta su questo fronte?

“Abbiamo fissato l’obiettivo della decarbonizzazione al 2030, ma siamo già oggi molto avanzati. Siamo l’unico cantiere che consente di ordinare lo stesso scafo con motore termico o elettrico. La cosa importante è che il sistema elettrico e ibrido è stato sviluppato internamente, attraverso la nostra società Jool, non acquistato da terzi. Questo ci dà un vantaggio competitivo e una visione strategica di lungo periodo. Il fatto che altri cantieri, anche internazionali, abbiano acquistato il nostro sistema è una conferma del lavoro fatto”.

Qual è, secondo lei, il vero valore di questa scelta tecnologica?

“Non si tratta di un’innovazione fine a sé stessa. L’obiettivo è avere un sistema che possa convivere con il termico, offrendo prestazioni adeguate e rispondendo alle esigenze reali: accesso ai parchi marini, limitazioni nei porti, crescente attenzione ambientale. È il cantiere che deve adattarsi al contesto, non il contrario. Su questo fronte Fountaine Pajot e Dufour vogliono essere proattive, non semplicemente reattive”.

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

Il 17 Febbraio 2026 al Marina Portosole di Sanremo l’8° Forum di SUPER YACHT 24

This entry was posted on Tuesday, February 3rd, 2026 at 9:30 am and is filed under [Interviste, Yacht24](#)

You can follow any responses to this entry through the [Comments \(RSS\)](#) feed. You can leave a response, or [trackback](#) from your own site.