

SuperYacht24

Il quotidiano online del mercato superyacht

Alessandro Vismara: l'architettura navale oltre il 'brodo della produzione'

Nicola Capuzzo · Friday, April 24th, 2026

Architetto navale laureato a Southampton e specializzato in performance prediction, Alessandro Vismara fonda a Viareggio la Vismara Marine nel 1984, affermandosi con un approccio scientifico che interpreta l'estetica come figlia delle prestazioni. Già fondatore di Baltic Yachts Italia e oggi Ambasciatore del cantiere finlandese Baltic Yachts, ha collaborato con i primari cantieri italiani, creando nel tempo oltre 200 yacht innovativi con uno stile basato su essenzialità, integrazione e rigore stilistico. Con SUPER YACHT 24 parla della sua visione dello yachting e delle nuove sfide che dal 2022 affronta con la AV Yachting: una struttura a rete che trasforma quarant'anni di innovazione in consulenza strategica per armatori e cantieri.

Architetto, lei ha debuttato 4 decenni fa portando il rigore scientifico di Southampton in una Viareggio ancora legata alla tradizione. Come è maturata la scelta di operare attraverso una struttura fluida e a rete?

“È stato un cambiamento profondo, ma coerente. Negli anni '80 portai la tecnologia del progetto al computer quando a Viareggio le barche si facevano ancora in 'sala da tracciato'. Solo grandi visionari come Fabio Perini capirono subito e investirono in sistemi che all'epoca avevamo solo noi e la Fiat. Dopo tanti anni di ricerca costante, ho capito che, rimanendo vincolati a una struttura industriale fissa, si rischia di diventare 'il limite di se stessi'. Con AV Yachting, nel 2022, ho scelto la libertà di non 'sposare' nessuno se non il progetto: creiamo il team ideale per ogni progetto dell'armatore, attingendo a eccellenze internazionali — dagli argentini per le strutture ai canadesi per i materiali, ai tedeschi negli impianti — passando dal semplice 'fare barche' al 'portare cultura del saper fare'.”

Dal suo punto di vista qual è la reale situazione tecnologica che si riscontra oggi nel segmento sotto i 30 metri?

“Siamo in quello che chiamo il 'brodo della produzione'. Quella che molti grandi cantieri chiamano ingegneria è spesso solo ingegneria di produzione, ovvero ricerca su come costruire a minor costo con pezzi prefabbricati. Non è ricerca, è fattibilità industriale. Negli ultimi vent'anni il design estetico è evoluto, ma la qualità costruttiva è precipitata. Le barche sono diventate 'scatolotti' pesanti e materiali poveri che servono solo a colpire l'occhio. Ma il valore di un oggetto è in tutto ciò che non si vede; se l'utenza non è acculturata, finisce per pagare lo scotto di

una povertà tecnologica travestita da lusso.”

Entriamo nell’architettura navale pura. Come si abbattano i consumi senza sacrificare le prestazioni, e quali risultati concreti si possono ottenere oggi?

“Il segreto è nell’equazione della leggerezza’. Con tecnologia e materiali evoluti, ma soprattutto con una visione integrata degli elementi dell’imbarcazione ed una progettazione affinata per l’efficienza di carena e di tutti gli elementi, si ha una barca più leggera, quindi: meno potenza necessaria e una ‘spirale virtuosa’ che riduce ingombri e rumore. I numeri non mentono: qualche anno fa facemmo un confronto tra un nostro 68 piedi e un modello di serie. La nostra barca, con motori da 800 cavalli, consumava 60 litri l’ora; quella di serie, per la stessa velocità, aveva bisogno di 1400 cavalli e ne consumava 360. Sei volte tanto. Oggi si parla di elettrico, ma installare motori elettrici su scafi pesanti che non scorrono, porta solo a un’autonomia ridicola e alla necessità di generatori mastodontici. La vera ecologia parte dal togliere peso.”

Qual è il vero ‘elefante nella stanza’ che il settore non sta ancora affrontando?

“Il problema è il fine vita delle barche in vetroresina. Davanti ai grandi stabilimenti produttivi ci sono cataste infinite di stampi fatti di plastica indistruttibile: migliaia di barche che nessuno saprà mai come smaltire. Dobbiamo prendere esempio da altri settori: ho clienti nell’industria del packaging che hanno già eliminato la plastica per usare carta e bambù perché sanno che tra pochi anni le leggi cambieranno. Perché la nautica è così indietro? Con il nostro Natural Yacht System usiamo lino, canapa e legno per creare barche compostabili. Tra dieci anni, se non la vuoi più, la riduci in polvere e ci scaldi il camino. È una realtà che sta già attirando menti brillanti, come alcuni nostri armatori che vengono dal mondo dell’Intelligenza Artificiale e cercano coerenza tecnica, non marketing.”

Chi sono i protagonisti necessari per realizzare questi progetti d’avanguardia e come sta cambiando il rapporto tra cantiere e maestranze?

“Io li chiamo ‘Artieri del Mare’: professionisti che uniscono la capacità di fare con le mani alla creatività di ingegnerizzare. È una dote tipicamente italiana: saper ‘guardare di traverso’ ai problemi per trovare soluzioni inedite. Ma per fare eccellenza devi ‘comprare l’uomo’, valorizzarlo, non strangolare il terziario per massimizzare il margine come fa la grande industria seriale. Se riduci l’artigiano a mero esecutore sottopagato, distruggi la qualità intrinseca del prodotto. La competitività del futuro sulla nostra capacità deve tornare a dare dignità al saper fare tecnico per soddisfare una clientela esperta che cerca valore reale, non solo uno status estetico.”

L’Italia è leader mondiale per volumi, eppure sui grandi yacht tecnologici il Nord Europa mantiene un certo primato d’immagine. Cosa manca al “Sistema Italia” per attrarre stabilmente gli armatori più evoluti?

“Dobbiamo chiederci come mai i veri grandi armatori internazionali vadano ancora tutti in Olanda o in Germania. Succede perché lì sono circondati da professionisti che valorizzano ‘tutto ciò che non si vede’. La filiera italiana, stranamente, non ha mai cercato di valorizzarsi come distretto tecnologico, nonostante il nostro essere numeri uno negli accessori e nella domotica. Se la comunicazione rimane ferma al mondo Instagram, faremo crescere solo il design, lasciando la tecnologia ai competitor esteri. Dobbiamo avere il coraggio di fare cultura e di spiegare che esiste un modo diverso, e più evoluto, di andare per mare.”

Quale sfida lancia, in conclusione, a chi governa oggi le logiche del mercato nautico?

“Chiedo più coraggio e meno marketing. Le crisi devono essere opportunità per ripensare noi stessi, non per costruire in modo ancora più povero. Dobbiamo investire nei processi, nella ricerca vera e nella trasparenza verso il cliente mostrandogli un modo diverso, più silenzioso, più leggero e più rispettoso di navigare. Se non torniamo a fare cultura tecnica, se continuiamo a vendere solo ‘status’ estetici, perderemo la sfida con i distretti che sulla trasparenza e sull’innovazione reale stanno costruendo il loro primato.”

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 Sailing Super Yacht forum torna a Genova il prossimo 27 novembre

This entry was posted on Friday, April 24th, 2026 at 10:40 pm and is filed under [Interviste](#), [Services](#). You can follow any responses to this entry through the [Comments \(RSS\)](#) feed. You can leave a response, or [trackback](#) from your own site.