

SuperYacht24

Il quotidiano online del mercato superyacht

Mazza (Marina di Loano): “Con le Marina Suite apriamo un nuovo segmento turistico”

Nicola Capuzzo · Monday, May 11th, 2026

Questo servizio è stato pubblicato in anteprima sul numero 2-2026 di Yacht Upstream

Marina di Loano sta portando avanti un percorso di sviluppo che punta a rafforzare il porto come destinazione integrata, ampliando servizi, offerta ricettiva e attività commerciali. Tra le novità presentate di recente anche le Marina Suite, un format che unisce soggiorno in hotel e vita a bordo, inserito in un progetto più ampio di evoluzione della marina. SUPER YACHT 24 ne ha parlato con l'amministratore delegato Gianluca Mazza.

Perché avete sentito l'esigenza di introdurre il format delle Marina Suite?

“Vogliamo continuare a rafforzare il vantaggio competitivo che contraddistingue la marina. Le Marina Suite rappresentano un'offerta innovativa e trasversale, un mix tra soggiorno in barca e soggiorno in hotel. Si tratta di una nuova proposta turistica, anche considerando che oggi l'offerta di questo prodotto è ancora limitata. Questo ci consente di ampliare il target di clientela valorizzando al tempo stesso i servizi della marina, che è una struttura 4 stelle plus, introducendo un prodotto ancora poco diffuso nelle marine italiane”.

Qual è il target di clienti e quali servizi sono annessi?

“Il target è trasversale: non è solo il viaggiatore che sceglie l'hotel e non è neppure l'appassionato che noleggia uno yacht, ma un punto d'incontro tra queste due esperienze. Parliamo di clienti che cercano una modalità di soggiorno diversa, capace di unire il comfort di un hotel con l'esperienza di vivere sull'acqua. In una dimensione di circa 40 metri si ritrovano abitabilità, altezze interne e flybridge tipici di un'imbarcazione importante, con una suite di dimensioni generose. È un connubio tra due mondi che riteniamo possa incontrare l'interesse del mercato. I servizi saranno quelli tipici dell'hotel: fitness, solarium, area wellness, la spiaggia della marina con dog beach e area Vip, piscina all'aperto e servizi di mobilità come auto e biciclette elettriche, oltre alla possibilità di organizzare cooking a bordo”.

Le Marina Suite sono un progetto isolato o fanno parte di una trasformazione più ampia?

“Sono parte di un progetto più ampio di sviluppo che mira a rafforzare Marina di Loano come destinazione. Abbiamo lavorato alla riqualificazione generale della struttura, alla razionalizzazione

degli uffici e a una strategia di marketing territoriale per promuovere la marina insieme al suo territorio. In questo percorso abbiamo trasformato la foresteria di nove camere in un albergo quattro stelle da 25 camere, che sarà gestito in franchising da Una Hotels, marchio del gruppo Unipol come Marina di Loano. Attraverso anche la classificazione Marina Resort abbiamo ampliato l'offerta di servizi con conciergerie, palestra, spesa a bordo, un servizio di toelettatura per cani e un'area dedicata ai bambini. Le Marina Suite rappresentano l'ultimo tassello di questo percorso di sviluppo”.

Con livelli di occupazione vicini alla saturazione, l'obiettivo è crescere ancora o valorizzare meglio l'esistente?

“L'occupazione è piena per gli yacht fino a 25 metri, mentre per i superyacht si attesta intorno all'85-90% nei periodi di alta stagione. Stiamo lavorando per ampliare la stagionalità, perché nei mesi estivi molte imbarcazioni sono in crociera e la domanda tende a ridursi. L'obiettivo è aumentare la presenza anche in quella fase dell'anno e arrivare a una piena occupazione su base annuale. Per farlo continuiamo ad ampliare i servizi e a confrontarci con armatori e comandanti per comprenderne le esigenze, anche se non sempre è immediato tradurle in nuovi servizi. Tra i progetti in pipeline c'è la ricostituzione dell'elisuperficie, oggi ad uso temporaneo, che vorremmo rendere operativa 365 giorni all'anno, 7 giorni su 7 e H24”.

Cosa significa per i clienti avere un sistema integrato tra porto, servizi e territorio?

“Rappresenta un elemento distintivo. Loano è stata indicata tra le dieci marine più belle del mondo e vogliamo continuare a rafforzare questa posizione. Un'offerta articolata di servizi, la sicurezza del porto e le caratteristiche della struttura contribuiscono a creare attrattività per clienti e diportisti. I servizi sono parte integrante dell'asset e rappresentano uno dei fattori principali che determinano l'attrattività complessiva della marina”.

La crescita dei ricavi e dell'Ebitda da quali leve è stata determinata?

“Dal 2020 a oggi i ricavi sono quasi raddoppiati mentre l'Ebitda è cresciuto quasi tre volte. Questo risultato deriva da un'attenzione alla struttura dei costi ma anche da un lavoro sulle singole business unit, con l'obiettivo di renderle tutte profittevoli, responsabilizzando il personale, ottimizzando così i rispettivi conti economici. Abbiamo inoltre introdotto nuovi servizi a valore aggiunto, rafforzato la comunicazione e investito sugli asset immobiliari, razionalizzando alcune unità e creandone altre nuove. Circa il 20% del risultato deriva dalla gestione immobiliare, mentre il resto è legato al core business dei posti barca. Una marina più efficiente, con nuovi servizi e nuove attività commerciali, migliora inevitabilmente anche i risultati economici”.

Le nuove tecnologie, tra ibrido ed elettrico, sono ancora una nicchia?

“Abbiamo installato colonnine per la ricarica di auto e imbarcazioni elettriche, ma non abbiamo ancora registrato una domanda significativa. Il mercato osserva con attenzione queste tecnologie, tuttavia la presenza di imbarcazioni a propulsione elettrica è ancora limitata. Si tratta di un segmento interessante e in evoluzione, ma che non ha ancora raggiunto una diffusione significativa”.

Quanto incide la sostenibilità nelle scelte degli armatori?

“La marina dispone di diverse certificazioni ambientali e di un impianto fotovoltaico da circa 334mila kW che contribuisce al fabbisogno energetico. La sostenibilità è un tema sempre più rilevante, soprattutto per la nuova generazione di comandanti e clienti, più sensibile a queste tematiche. Disporre di queste caratteristiche rappresenta certamente un elemento competitivo in più. Sottolineo peraltro che Marina di Loano opera nel rispetto della strategia climatica adottata nel

2022 dal Gruppo Unipol e che prevede un percorso puntuale di riduzione delle emissioni climalteranti prodotte dal proprio patrimonio immobiliare fino ad arrivare all'azzeramento nel 2050.”

Quali sono i prossimi traguardi che ritiene importante ricordare?

“A breve inaugureremo tre nuove attività commerciali e, entro la fine dell'anno, sarà completato il nuovo albergo dello Yacht Club con 25 camere e tutti i servizi connessi. È inoltre prevista un'area attrezzata per lavori su imbarcazioni fino a 16 metri che si affiancherà al cantiere di refitting già operativo. Negli ultimi anni abbiamo investito per rafforzare la struttura e mantenere il nostro vantaggio competitivo e contiamo di vedere i risultati di questo percorso. Nel 2026 si chiuderà il ciclo principale di investimenti, mentre continueremo a lavorare sul miglioramento dei servizi”.

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 Monday, May 11th, 2026 at 8:25 am and is filed under [Interviste](#), [Marina](#). You can follow any responses to this entry through the [Comments \(RSS\)](#) feed. You can leave a response, or [trackback](#) from your own site.