

# SuperYacht24

Il quotidiano online del mercato superyacht

## **Girotti (Nautor Swan): “Il know-how resta in Finlandia, Milano laboratorio per il futuro”**

Nicola Capuzzo · Sunday, July 5th, 2026

SUPER YACHT 24 ha incontrato a Milano Gianguido Girotti, nuovo a.d. di Nautor Swan, in occasione del suo primo confronto con la stampa italiana. Un incontro introduttivo, ma già utile a delineare alcuni punti del lavoro avviato sul marchio finlandese: partire dall'identità di Swan prima ancora che dai singoli modelli, preservare il valore del prodotto nel tempo e costruire una proposta coerente con le aspettative di una nuova generazione di armatori. Per Girotti, la Finlandia resta il luogo del sapere industriale, delle maestranze e della capacità costruttiva; Milano potrà invece diventare un punto di raccordo con nuove competenze.

### **Partiamo dal cantiere in Finlandia: che impressione le ha fatto?**

“Quando entri nel cantiere in Finlandia, capisci e respiri un'atmosfera che raramente ho visto altrove. C'è poi un tema che, secondo me, non viene espresso abbastanza ed è la differenza tra passione e fierezza. Lì c'è la fierezza di realizzare un prodotto di qualità superiore, con caratteristiche distintive. La stessa fierezza la ritrovi negli armatori, veri ambasciatori del marchio, che lo vivono in maniera profonda e unica”.

### **Nel rapporto con gli armatori ha colto altri elementi distintivi?**

“C'è un savoir-faire che non si trova da nessun'altra parte. In cantiere ci sono persone che lavorano lì da tre generazioni, con l'idea di tramandare un mestiere di generazione in generazione. La stessa cosa l'ho ritrovata parlando con gli armatori. Ti dicono: ‘Mio papà aveva uno Swan, è stato lo Swan della mia vita; adesso ce l'ho io e lo passerò ai miei figli’”.

### **Quale ruolo avranno la sede storica e il nuovo ufficio di Milano?**

“La Finlandia deve mantenere il suo patrimonio di conoscenze. Se vuoi lavorare su un nuovo livello di comfort e coinvolgere le migliori competenze nel mondo dell'arredo, devi farlo dove quelle competenze esistono. La vicinanza significa anche questo: diventare più agili, utilizzare le risorse disponibili e metterle al servizio del progetto. Milano può essere un centro creativo, un laboratorio che guarda al futuro; in Finlandia restano la conoscenza industriale e la capacità di esecuzione”.

### **Quali sono gli obiettivi del nuovo assetto?**

“Vinciamo se manteniamo il valore residuo del prodotto. Un marchio è tanto più forte quanto più riesce a conservare valore nel tempo. Si tratta quindi di individuare segmenti adatti alle esigenze specifiche dei nostri armatori e di crescere rispondendo a quei bisogni, non semplicemente ‘pommando’ la produzione. L’obiettivo è costruire un’esperienza di prodotto riconoscibile. Oggi non c’è nessun altro che realizza centopiedi con la stessa estetica e la stessa iconicità, mantenendo l’identità di Swan e facendo sì che l’armatore sia fiero di averlo. Se riusciremo a sviluppare nuovi concetti con lo stesso richiamo, avremo raggiunto il nostro obiettivo”.

### **Anche le misure più piccole devono seguire questa logica?**

“Dobbiamo chiederci a quante persone vogliamo offrire un prodotto unico. Anche un 45 piedi deve avere un valore che lo distingua nettamente dagli altri 45’. Sta a noi costruire un’offerta innovativa e capace di dare qualcosa che gli altri non danno”.

### **Quale evoluzione vede nel rapporto tra nuovi armatori e barca a vela?**

“La barca a motore è un’estensione sull’acqua di ciò che si ha sulla terraferma. La barca a vela è una piattaforma di attività diverse, nella quale la navigazione è già parte dell’esperienza. Andare per mare e imparare a regolare bene le vele richiede un coinvolgimento più attivo. È un modo di navigare diverso dal farsi portare da un punto A a un punto B per poi dormire, mangiare e vivere la barca una volta arrivati. Dobbiamo capire come avvicinare a questo modo di andare per mare una nuova fascia di armatori con grandi disponibilità, mettendola nelle condizioni di apprezzarne il valore”.

### **Il comfort può aiutare ad avvicinare alla vela gli armatori che arrivano dal motore?**

“Sì. Chi arriva dal motore è abituato a un livello di comfort che oggi non sempre ritrova su una barca a vela. La domanda, quindi, è come portare quel livello di comfort a bordo senza snaturarne l’esperienza. È una delle sfide su cui stiamo lavorando. Dobbiamo rendere più semplice l’avvicinamento alla vela per chi entra in questo mondo per la prima volta”.

### **La vela può recuperare spazio nel mercato?**

“La vela rappresenta oggi circa il 9-10% del mercato mondiale del nuovo. Il nostro compito è essere un riferimento di eccellenza e questo resta nella sua natura, sviluppare nuove visioni per il futuro e farlo nel rispetto del Dna del marchio. A me interessa che Swan continui a esprimere eccellenza, riconoscibilità e unicità”.

### **Da dove parte il lavoro strategico?**

“Dobbiamo partire dal marchio, non dalle barche. Tutti chiedono quale sarà il prossimo modello, ma per me il punto di partenza sono i valori fondanti del marchio. Da lì puoi costruire una strategia di prodotto che guardi avanti, non indietro. La nautica richiede tempi lunghi: oggi prendi una decisione e il risultato lo vedi tra due anni. Per questo serve una direzione chiara e bisogna fare in modo che, nel frattempo, tutta l’organizzazione aderisca a quell’idea”.

### **Che cosa significa concretamente alzare il livello dell’offerta?**

“Finora facciamo barche molto tradizionali, belle e ben eseguite. Dobbiamo fare un passo in più e puntare all’eccellenza in tutti gli aspetti che tocchiamo. La prima cosa che devi definire in un

marchio è una direzione artistica. Devi garantire coerenza in ogni elemento: nell'identità del marchio, nel prodotto, nei materiali e nel modo in cui accompagni il cliente. Non puoi dire: "Ho fatto barche in carbonio, sono bellissime" e poi proporre arredi da fascia inferiore. Non sarebbe coerente. Il lusso richiede tempo ed è molto esigente: devi essere intransigente su tutto".

### **Che ruolo avranno i progettisti in questa evoluzione?**

"In passato il progettista seguiva l'intero sviluppo della barca. Oggi i giovani sono spesso molto concentrati su un ambito specifico e non sempre hanno una visione complessiva. Questo porta una grande specializzazione, ma può anche allontanare dalla lettura generale del progetto. La visione d'insieme deve quindi restare in capo al marchio. Non significa ridurre il valore delle competenze esterne: bisogna sempre cercare le migliori. Ma serve una regia capace di coordinarle e di mantenere coerenza nel risultato finale".

### **Che cosa rende Swan una piattaforma diversa dalla sola produzione di yacht?**

"Swan ha un vantaggio incredibile: è l'unico marchio che permette ai suoi armatori di vivere fino a duecento giorni di regata all'anno. Non c'è nessun altro che abbia alle spalle un coinvolgimento, una struttura e un'organizzazione di questo tipo. Se riesci a costruire un'esperienza di valore attorno al marchio e al suo mondo, non hai solo un punto di eccellenza: crei un sistema di eccellenza. Questo deve coinvolgere non solo chi fa regate. Anche chi ha uno Swan 48 MkII deve poter partecipare a un evento pensato per lui. A chi regata devi garantire la specificità che cerca; a chi desidera un'altra esperienza devi offrire una proposta diversa".

### **Perché il servizio di assistenza e manutenzione Nautor Global Service è così importante?**

"Nautor Global Service è un'attività che, secondo me, viene raccontata ancora troppo poco. Spesso il servizio di assistenza viene percepito come una semplice manutenzione, mentre dal punto di vista dell'armatore rappresenta un livello di cura che difficilmente si trova altrove. Abbiamo gli archivi storici e la componentistica necessaria per conservare anche sulle barche più datate l'identità di certi elementi. Inoltre, le persone che seguono le consegne in Finlandia continuano poi a lavorare sul controllo della qualità del servizio fornito alle imbarcazioni. Nautor Global Service è il garante di questa continuità".

### **Che cosa rappresenta Swan Alloy per il futuro del marchio e quale ruolo avrà l'Italia?**

"Swan Alloy è estremamente importante perché consente al marchio di crescere ancora. Il 44 metri è molto più grande del 128: è un altro passaggio, con un universo di prodotto e di offerta completamente diverso. Io non guardo all'oggi, ma a dove saremo fra dieci anni: mi immagino una flotta di Swan Alloy alla St Barths Bucket Regatta, con sette-otto armatori che fanno parte di quel mondo. È un progetto decennale. Oggi stiamo piantando un seme per portare più lontano l'estensione del marchio. La produzione, fatta eccezione per l'alluminio, è già in Italia. Anche su quel fronte, però, bisogna valutare attentamente qualità e condizioni produttive. Dobbiamo portare a casa la prima barca; dopo la seconda e la terza dovremo verificare se esiste una filiera di fornitori compatibile con gli standard che vogliamo garantire".

### **Quale spazio può avere il motore nella strategia di sviluppo di Nautor Swan?**

"Motore e vela sono due mondi diversi. Il motore può essere un'aggiunta all'offerta o una nuova linea di attività, ma prima devi decidere con chiarezza che cosa vuoi fare e perché. Puoi avere

successo anche nel motore soltanto se rimani fedele alla storia di Nautor. Non basta realizzare una barca che risolva un'esigenza: deve avere un'identità precisa, qualcosa di unico”.

**Prima ha parlato di armatori, figli e barche di famiglia, c'è uno Swan che le piacerebbe avere per la sua famiglia?**

“Mi piacerebbe avere uno Swan 45. L'ho sempre considerata una barca molto interessante, anche perché ha rappresentato un cambiamento. Non per regatare ad alto livello: quando inizi a farlo, poi ti prende e non riesci a viverla a metà. Piuttosto perché è una barca che naviga bene e mantiene valore nel tempo”.

**Dopo dodici anni in Francia, che cosa porta con sé di quell'esperienza?**

“L'esperienza francese mi ha insegnato soprattutto a gestire la complessità. Non è facile lavorare con i francesi e, soprattutto, per un italiano non è semplice essere a capo di un'organizzazione di settemila persone. Ci riesci se capisci l'importanza dell'integrazione. Per me l'integrazione Finlandia-Italia sarà vitale”.

**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 Sunday, July 5th, 2026 at 5:09 pm and is filed under [Interviste](#)  
You can follow any responses to this entry through the [Comments \(RSS\)](#) feed. You can leave a response, or [trackback](#) from your own site.