

re un certo peso a livello internazionale, il gruppo ha investito per lo più nel prodotto, «ora però è in atto un'azione commerciale molto orientata sulla parte espositiva», spiega Ceragioli: «Nel 2014 abbiamo partecipato ai saloni di Singapore e Fort Lauderdale, da quattro anni portiamo a Monaco le barche come Rossinavi e prima attraverso i broker. L'elemento più importante è persistere nell'impegno, sia nella qualità costruttiva che nello sviluppo delle relazioni commerciali. Non bisogna mai smettere di presidiare il mercato. Abbiamo semplicemente pedalato molto, aumentando il numero delle quotazioni ed elevando il posizionamento commerciale del brand». Anche il modello di crescita di Rossinavi è stato attentamente equilibrato con sostenibilità economico/finanziaria. «Abbiamo cercato di realizzare e promuovere barche sempre più nuove e interessanti per il cliente, lavorando su ricerca e sviluppo, collaborando con architetti, sviluppando relazioni con brand del lusso, ma non partnership o cobranding. Per il momento razionalizzando molto le spese, ma le prospettive sono buone, abbiamo tre ordini già in costruzione».

Dopo Cannes, l'eccellenza italiana scende in acqua a Montecarlo

Il Festival de la Plaisance di Cannes ha aperto la stagione dei saloni con 50mila visitatori, 580 barche, 425 espositori, 210 dei quali italiani, dominanti anche tra le 170 novità e, come di rito, le conferenze stampa dei gruppi Beneteau, Azimut-Benetti e Ferretti, eventi negli alberghi e nei suoi due porti.

Lo yachting di grandi dimensioni e in particolare quello made in Italy, si è incontrato invece dal 23 al 26 settembre al Monaco Yacht Show che, nel suo nuovo format espositivo, ha festeggiato le nozze d'argento. Agli ormeggi 121 super & megayacht con una taglia media di 46 mt e mezzo, per lo più costruiti nell'anno, cui si aggiungono quelli in mare aperto collegati al salone e oltre 510 prestigiose aziende nautiche di 41 nazioni. Il tutto in uno scenario sempre più esclusivo che ha coinvolto interamente Port Hercule, conferendo ulteriore valore aggiunto al Principato, ormai hub internazionale del grand diporto e del business a lui collegato. In questa occasione, l'industria dei super

yacht è celebrata nel suo insieme, chi viene una volta ritorna, perché trova risposte adeguate e una piazza unica al mondo. Nonostante la capacità espositiva continui ad aumentare, le liste d'attesa sono lunghe, gli espositori rinnovano la presenza di anno in anno e la selezione è severa. Come sempre, questo grandioso rendez-vous ha salutato la fine dell'estate riflettendo le vibrazioni del Principato e lasciando di stucco clienti internazionali e nuovi potenziali armatori, che nel suo contesto approcciano il settore in modo completo e in un clima di accoglienza unico. In acqua gli yacht più belli e attorno ciò che coinvolgono, accompagnati da quel modo di vivere il lusso che da sempre distingue

Monaco. Un life style diventato cultura, che ha fatto di questo salone di nicchia un appuntamento ambito e d'obbligo per il settore: nonostante i 150 euro del biglietto d'ingresso giornaliero: oltre 34mila visitatori tra professionisti e high net worth internazionali.

Nella serata inaugurale, sono stati conferiti gli MYS Awards e il Green Plus Yacht del Rina (Registro Italiano) destinato agli yacht pensati e costruiti nel massimo rispetto ambientale, nei giorni a seguire si sono susseguiti eventi a bordo, allo Yacht Club e in prestigiose location. Tra le barche più belle, il 73 metri Yalla e il 60 metri Saramour del 2014 dei cantieri Crn di Ancona, oltre al 55 mt Atlante varato quest'anno. Sempre del 2015, Mondomarine ha esposto un 40 metri, poi le anteprime mondiali Mangusta 132 di Overmarine, il primo Frank Muller Yacht di Italian Sea Group e il 42 mt explorer 460EXP di Santorenzo che, insieme a un nuovo motor yacht planante in vetroresina e all'intera flotta del cantiere, si è spostato poi al Salone Nautico di Genova. Sempre a Monaco, Benetti ha portato il 60 mt Formosa del 2014, un 63 mt e un 42 mt del 2015, Cerri il nuovissimo 102, Rossinavi il 39,90 mt Transay, Baglietto il 46 mt dislocante OnlyOne e in anteprima mondiale il 43 mt Fast di una nuova gamma di plananti in alluminio.

L'elenco naturalmente non finisce qui o con le barche, l'Italia vanta grandi eccellenze anche nei settori dei servizi, del design e in quello tecnologico degli accessori. Nei padiglioni dello Yacht Show, le atmosfere dell'Upper Deck Lounge, creato da Sabrina Monte Carlo insieme a Paola Lenti, Baccarat e Opera Gallery, si sono riproposte ai vip con aree private per il business, un ristorante servito dal Fairmont Monte Carlo Hotel e lo champagne bar Taittinger. Per comandanti ed equipaggi, il cui lifestyle è parallelo a quello degli armatori, l'area esclusiva del C&C Lounge con servizi top class anche fuori salone.

LUSSI PRINCIPESCHI

Lo scorcio di un molo del Monaco Yacht Show

