



*In primo piano, Carolina Cesana e il marito Giuseppe Arturi; dietro, Barbara Cesana e il marito Carlo Piatti*

Sealine C335

MARINE GROUP E BLU SERVICE

# I magnifici tre



di Stefano Navarrini



*Tre brand di primo livello per due aziende, Marine Group e Blu Service, fuse in un'unica realtà gestita da un gruppo familiare in cui ognuno lavora per sé e per gli altri. E la barca va...nel migliore dei modi!*

**N**el mondo della nautica, molte aziende italiane sono nate e cresciute in ambiente familiare, ma ciò che colpisce in casa Cesana è la completezza e l'organizzazione dei ruoli, che vale la pena di capire meglio. Com'è strutturata esattamente l'azienda? Lo chiediamo a Barbara, responsabile marketing e comunicazione.

Beh, trovo giusto partire da chi l'azienda l'ha fondata, cioè i miei genitori Piero e Marina che, negli anni '70, hanno iniziato con una piccola attività cresciuta progressivamente fino alle attuali importanti dimensioni. Mia madre segue con me e mia sorella la parte marketing, mentre mio padre si dedica di più alla parte tecnica e operativa-commerciale. Perso-

nalmente oltre al marketing e alla comunicazione seguono in particolare il marchio Princess, mentre mia sorella Carolina si occupa dell'after-sale e, come Blu Service, è molto focalizzata sui brand Sealine e Fjord. Last ma naturalmente not least, ci sono i nostri mariti: il mio, Carlo Piatti, segue la parte commerciale e quello di Carolina, Giuseppe Arturi, si occupa della parte amministrativa e finanziaria.

**Direi un perfetto sistema operativo, con molti ingranaggi che si muovono in sincronia per far camminare al meglio la macchina, o meglio la barca. Allargando il tema alla nautica in generale, sembrerebbe che il settore abbia superato questo tristissimo periodo senza grossi danni, anzi in molti casi si parla chiaramente di crescita, è d'accordo? Quali sono le prospettive per il futuro prossimo?**

Direi che dall'anno scorso stiamo vivendo una sorta di bolla che, probabilmente, tale resterà anche nel prossimo. La crescita c'è stata e ci sarà, perché paradossalmente la pandemia ha creato una gran voglia di vivere i propri sogni. E a questo si può aggiungere l'idea della vacanza sicura quale, appunto, può garantire la barca. Gli exploit di vendita hanno coinvolto un po' tutte le fasce della nautica, usato incluso, ma questa bolla sarà destinata a sgonfiarsi, pur mantenendo costanti dati positivi. Noi contiamo di mantenere gli stessi numeri, anche perché l'apprezzamento sulla qualità dei brand che rappresentiamo ci lascia del tutto tranquilli.



**Quali note positive potrà portare il Recovery Fund, o meglio che cosa vorreste che portasse per aiutare lo sviluppo di un'industria di primo livello come la nautica?**

Noi siamo degli importatori, quindi prevalentemente legati a un fattore commerciale e non produttivo, ma è chiaro che se l'economia riparte saremo tutti a beneficiarne. È però importante ricordare che la nautica è fatta anche di piccole aziende che lavorano al servizio dei cantieri, e molte di queste hanno pesantemente sofferto il lockdown.



Sealine C355 e C335v

**Dal pulpito privilegiato di chi conosce bene il nostro mercato, avete notato qualche particolare tendenza in atto verso specifici tipi di imbarcazione? In altre parole, cosa cerca oggi l'armatore italiano in una barca?**

Direi che non ci sono tendenze particolari, anche se adesso nella fascia fino a 18 metri stiamo un po' vivendo la moda dei walk-around, barche molto apprezzate dai giovani in quanto "scenose" ma anche pratiche e facili da condurre, oltre che adatte alle uscite one day. Devo dire che su questa fascia convergono anche clienti in downsizing, cioè quelli che da barche più impegnative e crocieristiche desiderano passare a mezzi più semplici, agili, e divertenti. E questo è un settore in cui Fjord, che è stato il primo cantiere a lanciare questa tipologia di barca, resta la scelta preferenziale.

**Voi gestite anche un mercato dell'usato. Come sta andando?**

Anche in questo caso abbiamo testimoniato un'inaspettata crescita, probabilmente come conseguenza di chi cercava una barca nuova ma ha trovato solo un "tutto venduto". Oggi



Fjord 41



Princess Y72

siamo paradossalmente nella situazione di chi vorrebbe cambiare la propria barca per passare a un altro modello, ma non vende per paura di non trovare poi disponibile la barca che vorrebbe.

**Princess, Fjord, Sealine: distribuite tre marchi di grande prestigio internazionale, ciascuno con le sue specifiche caratteristiche. Proviamo a capire meglio di che barche parliamo, magari partendo da Princess di cui avete la rappresentanza esclusiva per l'Italia.**

Princess è un marchio affermato e di grande qualità con cui collaboriamo da anni con piena e reciproca soddisfazione, tanto che abbiamo da poco un nuovo dealer ad Aprilia Marittima, che gestirà il marchio per l'Alto e Medio Adriatico. Il Princess Yachts Italy Adriatic, che è stato affidato a Service Time di Susi Faggiani, nome ben noto nel settore, offrirà assistenza commerciale e tecnica alla clientela locale e a quella proveniente dal nord Europa.

**Princess sta puntando molto su misure importanti. Ci sarà nel prossimo futuro qualche novità anche per un target meno impegnativo?**

Princess ha una gamma molto ampia che parte dal 40' e arriva al 95', ed è quindi posizionata su misure importanti e su barche dallo spirito crocieristico adatte, soprattutto nella fascia media dei 50'-60', a gruppi familiari di 4-5 persone. Questo resta dunque il core business del cantiere. Per quanto riguarda le novità, come tutti gli anni Princess sta preparando tre modelli nuovi, di cui non possiamo ancora parlare, e probabilmente in vista dei saloni di fine estate ci saranno anche un paio di restyling. La mancanza dei saloni negli scorsi mesi non ha però fatto ancora conoscere in Europa l'ultima novità del cantiere, che è l'Y72, un 23 metri nato in collaborazione fra gli studi di Olesinski e Pininfarina. È una barca che garantisce un grande godimento degli spazi aperti, con un fly importante e molto vivibile, interni di coperta molto luminosi e articolati per

offrire la massima funzionalità e una zona notte con una grande armatoriale per baglio e tre cabine ospiti.

**Nella gamma Princess c'è però un'eccezione che si chiama R 35: una barca molto particolare per un target altrettanto particolare, laddove R sta per Revolution. In cosa consiste questa rivoluzione e che risposta ha avuto sul mercato italiano?**

L'R 35 è un incredibile concentrato di tecnologia, con grande uso della fibra di carbonio e soluzioni avveniristiche come i foil laterali, che lavorano come correttori di assetto governati da una centralina elettronica che permette una doppia scelta: Comfort per una navigazione più morbida con virate "piatte", come nelle barche dell'America's Cup per capirci, e Sport in cui le accostate diventano molto più strette lasciando tutto il brivido dello scafo inclinato. È una barca che, spinta da 880 HP, supera facilmente i 50 nodi ed è destinata a un target un po' particolare, amante delle emozioni forti e delle barche che si fanno notare pur senza estremismi estetici. È un modello che è andato molto bene all'estero, soprattutto negli Stati Uniti, mentre in Italia ha stentato a decollare soprattutto per la prezzo e per la scarsa fruibilità rispetto al nostro modo di navigare.

**Passiamo la parola a Carolina, che segue più da vicino Fjord e Sealine. La gamma Fjord è oggi articolata su 7 modelli, ma rispecchia un'unica filosofia progettuale in perfetto equilibrio fra essenzialità scandinava, eleganza di linea e di rifiniture tutta italiana, qualità costruttiva e affidabilità made in Germany. Dato questo invidiabile cocktail, qual è l'armatore ideale di queste barche?**

In realtà sono molteplici. Può essere un armatore giovane, amante delle prestazioni e del design, così come un diportista esperto che a queste caratteristiche aggiunge la ricerca della sicurezza e dell'affidabilità: due caratteristiche espresse al meglio nei Fjord sia a livello di materiali - come negli spessori della vetroresina e nella qualità degli acciai - sia in una carena nata per affrontare mari impegnativi, con una coperta

molto protetta anche a prua. Nei modelli maggiori della gamma Fjord l'abitabilità sottocoperta è studiata per un armatore che vuole comodità e praticità, con la possibilità di utilizzo per long week end o brevi crociere che, grazie alle prestazioni della barca, possono mirare anche a mete lontane.

**Se Fjord è stato il primo, è anche vero che oggi questa tipologia di barca è piuttosto diffusa. Cos'è che può distinguere un Fjord rispetto ai suoi competitor?**

Quello che non si vede. La qualità intrinseca, che ovviamente va analizzata e capita: dai materiali alla cura delle rifiniture, dal parabrezza in vetro e non in plexiglass al teak massello, dalla lavorazione della vetroresina alla cura dell'impiantistica. Clienti che sono arrivati a Fjord dopo esperienze su barche simili hanno fatto un paragone forse un po' eccessivo - come dire tra una Panda e una Range Rover - ma che dà un'idea di come viene percepita la qualità Fjord.

**Fjord offre pure numerose possibilità di personalizzazione: fino a che punto ci si può spingere?**

Le personalizzazioni possono essere tante ma, ovviamente, sono tutte sul piano estetico e dell'accessoristica, perché la struttura base della barca non può essere toccata. Il che peraltro facilita tutte le operazioni di manutenzione.

**Il 41 XLK è l'ultimo arrivato della gamma Fjord, di che barca stiamo parlando?**

È una barca stilisticamente nuova anche per Fjord, con i supporti dell'hard top che si innestano a murata ampliando quindi la superficie di protezione, il che per una barca tipicamente estiva non è affatto male. Lo scafo è un po' più corposo e con un'ottima tenuta di mare, mentre nel sottocoperta si può giocare con le porte scorrevoli per trasformare un ambiente open-space in spazi notte dotati di maggiore privacy. Sottocoperta è anche possibile ricavare un punto cucina di rispetto, senza dimenticare che la cucina vera e propria si trova in coperta.

**Entrando nel mondo di Sealine passiamo a barche con caratteristiche molto diverse. Che cosa cerca, o meglio, cosa trova l'armatore italiano nella gamma del cantiere inglese?**

Sealine è sinonimo di versatilità e di perfetta utilizzazione di ogni minimo spazio a bordo, il che rende questa gamma perfetta per chi vede nella barca una seconda casa. A seconda dei modelli, c'è una quantità di ingegnose soluzioni per facilitare al massimo la vita di bordo e, anche dal punto di vista della condotta, vale la pena sottolineare, ad esempio, che la porta laterale presente su tutti i modelli risulta molto comoda in fase di manovra.

**Alcuni modelli sono offerti in versione sia entro bordo sia fuoribordo: quali sono le scelte prevalenti nel mercato italiano?**

Dopo anni in cui si parlava quasi esclusivamente di IPS, oggi il fuoribordo sta diventando la nuova tendenza, tanto più che con il crescere delle potenze questo tipo di motorizzazione si adatta anche a barche di dimensioni impegnative. Nella gamma Sealine possiamo dire che al momento la richiesta del fuoribordo è di poco superiore al 50%, ovviamente nei modelli che lo consentono, ovvero il "335" e il "390". Il fuoribordo è divertente, abbassa notevolmente i costi di manutenzione e lascia più spazio a bordo.

**Il vostro prossimo incontro con il grande pubblico lo avrete certamente a Cannes e a Genova, tuttavia fa parte della vostra tradizione anche un meeting dedicato specificamente ai vostri armatori. Ci sarà anche quest'anno?**

Come ogni estate, anche quest'anno organizzeremo un meeting in Sardegna, presumibilmente intorno al 10-12 agosto, ovviamente con la massima attenzione a quelle che saranno al momento le restrizioni Covid. Stiamo già studiando i dettagli con le istituzioni e i clienti ci hanno già risposto con moltissime adesioni. Pensiamo di radunare le barche per 2-3 giorni in qualche bella baia o marina, e poi fare una navigazione di gruppo. A seconda poi di come si svilupperanno i saloni di fine estate, se sarà il caso, organizzeremo nostri eventi del tipo "porte aperte" per offrire la possibilità di conoscere e provare le nostre barche. Tengo a dire, però, che noi crediamo molto nei saloni, anche perché avendo un buon prodotto non abbiamo problemi nel confronto con i competitor.

*Marine Group – Blue Service: Portosole Sanremo e Marina di Lavagna. Tel. 0184 990770. Mail: [info@princessitalia.it](mailto:info@princessitalia.it) - [info@bluserviceitalia.com](mailto:info@bluserviceitalia.com)*



Princess Y80