

SANLORENZO 5 NUOVI YACHT E FOCUS VERDE

I piani della boutique della nautica: sostenibilità ed espansione. Il presidente Perotti: 2021 anno di ripresa

«I ricavi del primo trimestre sono in crescita del 20,5%, trainati dalla performance di Asia-Pacifico e Americhe»
di **Alice Scaglioni**

Da una parte progettare e produrre imbarcazioni di alta qualità, realizzate a misura del cliente; dall'altra cercare di cogliere l'evoluzione delle tendenze — prima fra tutte l'attenzione alla sostenibilità — e delle tecnologie, per proporre un prodotto in linea con i nuovi modi di pensare e di vivere. Questo è il (duplice) segreto di Sanlorenzo, società specializzata nella produzione di yacht e superyacht quotata dal 2019 sul segmento Mta di Borsa Italiana, nata nel 1958, quando i due fondatori Gianfranco Cecchi e Giuliano Pecchia decisero di aprire il primo cantiere navale nei pressi di Firenze.

L'azienda, rilevata nel 1974 da Giovanni Janetti — cui si deve lo spostamento della sede ad Ameglia, in provincia della Spezia, dov'è ancora oggi — è passata dal 2005 sotto la guida del Cavalier Massimo Perotti, executive chairman di Sanlorenzo.

Negli ultimi quindici anni Sanlorenzo ha registrato un incremento costante dei ricavi netti consolidati: è passata dai 40 milioni di euro del 2004 ai 458 milioni del 2020. E, per dirla con le parole di Perotti, il 2021 è iniziato «molto bene».

«Tutti i parametri del primo trimestre sono in crescita a doppia cifra rispetto a quelli registrati nello stesso periodo del 2020 —

spiega l'executive chairman di Sanlorenzo —. I ricavi, trainati dall'ottima performance registrata nell'area Asia-Pacifico e nelle Americhe hanno registrato un aumento del 20,5%, il risultato netto è cresciuto del 39,9%». In aprile, aggiunge, la raccolta ordini dell'azienda ha registrato 79 milioni di nuovi ordini, portando il valore globale a 632 milioni, di cui la quota relativa al 2021 è pari a 457 milioni.

La ricetta di Sanlorenzo si basa su una strategia che viene adattata a seconda dell'evoluzione delle dinamiche del mercato, ma senza dimenticare i «punti di forza» dell'azienda, quindi l'artigianalità e la qualità del prodotto. In più di mezzo secolo il cantiere ha costruito e venduto circa mille yacht, ognuno diverso dall'altro, mentre in otto anni il cantiere è riuscito a scalare la classifica *Global Order Book* dei 20 maggiori costruttori di imbarcazioni sopra i 24 metri, pubblicata ogni anno dalla rivista *Boat International*, raggiungendo il secondo posto.

A oggi, spiega Perotti, «la strategia prodotta è fortemente ispirata a criteri di sostenibilità», mentre quella di espansione guarda all'ingresso «in nuovi segmenti di mercato, con prodotti caratterizzati da funzionalità inedite e anche trasversali ai diversi segmenti: l'offerta non è mai stata così ampia».

Al salone di Cannes 2021 infatti Sanlorenzo lancerà cinque nuovi modelli, mentre nel 2022 toccherà a tre nuove linee, una per ciascuna divisione: Yacht, Superyacht e Bluegame e Superyacht. Un bilancio positivo, nonostante la pandemia, che ha inevitabilmente impattato anche sulle scelte della società.

«Se ci focalizziamo sul settore nautico, nel 2020 molte aziende, soprattutto quelle me-

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 3041



no strutturate per reagire ed adattarsi, hanno subito pesantemente i colpi del blocco delle attività protratte per mesi, la riduzione della domanda, la difficoltà di approvvigionamento — prosegue Perotti —. Ma già sul finire dell'anno, il settore ha registrato segnali di evidente ripresa, che sono stati confermati in questa prima parte del 2021 e sono in costante progressione». Tutti i segmenti, dice l'executive chairman, sono interessati da una crescita importante. Perciò, conclude: «Sì, il 2021 può essere considerato l'anno della ripresa».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

