

Sanlorenzo, più utili e nuove imbarcazioni

L'azienda di Ameglia ha presentato due modelli a Cannes e Monaco e ora arriva con 12 yacht al Salone di Genova. Fatturato 2015 previsto in aumento del 10%

di **Raoul de Forcade**

Una doppia anteprima mondiale, con il debutto del nuovo SL86 di 27 metri al boat show di Cannes e quello del 460 Explorer, di 42 metri, a Montecarlo. E poi 12 barche esposte al Salone di Genova. Così e con un consolidamento, nel 2015, del ritorno agli utili, Sanlorenzo Yacht, l'azienda di Ameglia (La Spezia) specializzata nella realizzazione di grandi yacht, contribuisce ad allontanare la crisi che ha assillato la nautica italiana degli ultimi anni. Una crisi che ora si sta attenuando, anche se non è completamente alle spalle; come fa notare Massimo Perotti, patron del gruppo (ed ex presidente di Ucina).

Il salone di Cannes ad esempio, spiega, «è andato benino ma ho sentito, in merito, dichiarazioni eclatanti che non mi pare rispecchino la realtà. La Ue non ha un Pil che cresce del 3% ma che resta al di sotto dell'1% e questo si riflette negli esiti dell'esposizione di Cannes».

Perotti dà anche uno spaccato dell'attuale mercato della nautica. «La Ue e gli Usa, comunque, crescono moderatamente - spiega -: dei limiti della prima si è detto; per quanto riguarda gli Stati Uniti, ci si aspettava una maggior ripresa del mercato, rispetto a quella che realmente è avvenuta. Ci si aspettava, insomma, di vendere più barche. Ma forse la crisi ha cambiato i consumi. Inoltre si registra una caduta dei mercati nuovi: i russi sono spariti e si registrano cancellazioni di contratti. La Cina si è fermata, spaventata dalla nuova legge anticorruzione. Anche perché se un gioiello puoi nascondere, non è altrettanto facile occultare uno yacht. Infine, il Sud America è in crisi, penalizzato anche dal dollaro. E pensare che i

clienti di Brasile, Russia e Oriente sono stati quelli che hanno salvato molte aziende del settore, nel periodo più buio della crisi». Insomma, la situazione, ragiona Perotti, «non è così entusiasmante». Il Monaco Yacht show, invece, è andato meglio di Cannes: si sono visti più russi. Di molto positivo, però, c'è, in generale, il ritorno dei clienti italiani.

«Sanlorenzo - prosegue - negli ultimi sei mesi ha venduto nove barche, di una lunghezza compresa tra 26 e 36 metri, a clienti italiani.

IL QUADRO

Perotti: «I mercati Ue e Usa crescono, sia pure con moderazione.

La Cina per ora si è fermata, la Russia è scomparsa, il Sud America è in crisi, cominciano a tornare i clienti italiani»

E ci sono segnali che il mercato nazionale si stia rimettendo in sesto, sia pure con basse percentuali di crescita. Il Salone di Genova, peraltro, avrà un 20% in più di presenze. Noi portiamo al Nautico tutta la gamma e anche altri big saranno presenti con diverse barche. Speriamo che questo sia un bel salone e che l'anno prossimo torni anche chi manca».

Secondo Perotti, oggi che tanti produttori stranieri sono in difficoltà («Fairline è quasi scomparso; Sunseeker è stato salvato dalle banche»), l'industria tricolore «dovrebbe restare unita; non è così ed è un peccato (il riferimento è alla nuova associazione Nautica italiana, affiliata alla Fondazione Altagamma, ndr), ma mi auguro che le divisioni siano presto superate». D'altro canto, aggiunge Perotti,

«il Salone nautico va difeso: io, ad esempio, ho clienti greci e turchi che a Cannes non possono andare e quindi aspettano Genova per vedere le barche».

Riguardo al brand Sanlorenzo, Perotti sottolinea che attualmente «va bene sui mercati maturi e meno su quelli nuovi. Perché costa il 20-25% in più rispetto a marchi come Princess, Sunseeker o Fairline. E quindi ci aiuta il ritorno di un mercato maturo, con clienti che sono alla quinta o sesta barca, conoscono bene il valore di quello che acquistano e sono disposti a spendere di più, a fronte di una qualità maggiore».

Riguardo all'ingresso in Sanlorenzo dei cinesi di Sundiro, avvenuto nel 2013 con il 22% delle quote, Perotti afferma che «non ci sono ulteriori ipotesi di aumenti o diminuzioni. Volevo un partner orientale per entrare dalla porta principale nel mercato della Cina sul medio-lungo periodo. Si tratta di un mercato che oggi soffre ma è grande e si spera che riprenda. Inoltre la Sundiro ha acquisito la Simpson Marine, che è la più grossa società di vendita e brokerraggio in Asia e che è il nuovo dealer esclusivo per il cantiere Sanlorenzo in tutta la regione».

Perotti ricorda, poi, che tra le cinque imprese nautiche che, a livello mondiale, superano i 200 milioni di fatturato, «Sanlorenzo è in utile. Nel 2014 abbiamo raggiunto un fatturato di 208 milioni, con Ebitda a 21 e utile di 6 milioni. Per il 2015 prevediamo una crescita del fatturato del 10% e sia Ebitda sia utile in leggero miglioramento. Questi dati confermano l'uscita dalla crisi e indicano un progresso. Tutto questo senza aver mai licenziato nessuno e senza un'ora di cassa integrazione, neppure nei momenti più difficili».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

