

SuperYacht24

Il quotidiano online del mercato superyacht

Marco Valle: “Nel futuro di Benetti il Medio Oriente grazie al nuovo socio Pif”

Nicola Capuzzo · Friday, June 23rd, 2023

Il cantiere Benetti ha appena celebrato a Viareggio e a Livorno i 150 anni di vita e il patron dell'omonimo gruppo, Paolo Vitelli, affiancato dalla figlia Giovanna che ricopre il ruolo di presidente, nell'occasione ha ricordato che questo anniversario va visto in parallelo ai 54 anni di storia del marchio Azimut e ai 38 anni di storia assieme dei due cantieri. “Sono dei bei primati per un'azienda e una famiglia. **Siamo un'eccezione e siamo orgogliosi di esserlo**” ha sottolineato **Vitelli**, ripercorrendo le tappe di una cavalcata “dove il concetto di innovazione è fondamentale”, così come lo è stato “il concetto di team. Avere una figlia meravigliosa, che in sintonia con il management, con progettisti bravissimi, con chi lavora e facendosi amare con tutti quelli che operano in azienda, sa continuare l'innovazione”.

In questa intervista rilasciata a SUPER YACHT 24 l'amministratore delegato del gruppo Azimut Benetti, Marco Valle, segna la nuova rotta che il cantiere e marchio Benetti intende seguire per essere ancora al top nel segmento dei super yacht negli anni a venire.

Una delle novità più recenti che avete annunciato è stata la vendita del primo B.Now da 72 metri, partiamo da qui?

“Sì, diciamo che quello è stato dichiarato. Il punto è che io sono un po' contrario a dichiarare le vendite perché poi dopo le statistiche si basano su quello che viene reso pubblico, ma su un certo tipo di imbarcazioni non tutti vogliono essere al centro dell'attenzione; in particolare per questo tipo di prodotti e questo tipo di clienti.”

Innovazione e rischi sono due termini ricorrenti in questo anniversario: oltre alla sostenibilità, quali fattori di innovazione e rischio guideranno la strategia di Benetti?

“Non solo la sostenibilità, ma anche il design, perché il design ti definisce l'utilizzo dell'imbarcazione e la fruibilità della stessa; il rapporto che hai nei confronti dello yacht e anche del mare. Il design definisce come usi la barca. Se uno guarda nella storicità di questa azienda e dei suoi prodotti vede che Benetti ha sempre rischiato per lanciare un prodotto innovativo. La vetroresina utilizzata su uno yacht più grande in assoluto, a da quella scelta sono poi stati creati

best seller di grossa dimensione e a seguire imbarcazioni più sfidanti dal punto di vista del design e layout.”

A questo proposito il momento di mercato attuale è tornato a essere sfidante?

“La crisi aiuta a rinnovare perché per mantenere posizioni di leadership di mercato e un’azienda sana hai bisogno di innovare di più per poter conquistare mercato. La domanda alta, per come era fatta e per come l’abbiamo vissuta in questi ultimi anni, fa correre il rischio alle aziende di sedersi perché giochi sul fatto che è tutto venduto. Questo è il rischio che però non vedo in Benetti: non saper innovare perché la domanda è alta. La domanda alta aiuta l’efficienza produttiva, ma non l’innovazione. Aiuta l’innovazione nella produzione ma non l’innovazione di prodotto. Aggiungerei un altro aspetto...”

Prego...

“Quando la domanda è forte tutti i cantieri vendono, quando la domanda è leggermente calante il brand più forte vende di più e noi siamo in questa situazione. Il brand Benetti è tra i più forti del mercato, sicuramente il più forte nel Mediterraneo e questo permette una sorta di garanzia del futuro. Abbiamo un portafoglio lunghissimo (quasi 1,5 miliardi di euro, *ndr*), storicamente mai avuto in 150 anni. Su un super yacht di dimensione media, in acciaio, tra i 50 e 60 metri, prima del 2028 non ce l’hai se lo ordini ora.”

Come riuscite a far fronte a tutti gli ordini acquisiti?

“Quello che abbiamo cercato di fare è di accorciare i tempi, spostare il più possibile alcune lavorazioni a monte, anche presso fornitori, in modo da poter varare imbarcazioni in tempi più stretti rispetto a quello che storicamente è sempre stato fatto. Si cerca di innovare la parte produttiva per accelerare il varo e offrire una consegna un po’ più appetibile per il cliente finale.”

Questo quanto vi ha consentito di accorciare i tempi?

“Adesso per un 50 metri, da quando lo scafo in acciaio arriva a Livorno, al momento in cui viene varato, siamo riusciti a stare sotto gli 11 mesi. Che è un target dato per un 35 metri in vetroresina fino a qualche anno fa. Grazie a questo abbiamo venduto negli ultimi anni circa una ventina di 50 metri.”

Le criticità quali sono?

“La difficoltà nel reperire la manodopera specializzata è quello su cui abbiamo lavorato negli ultimi anni per formare risorse internamente ed esternamente, collaborazioni con scuole, creando l’Academy del nostro gruppo. In un settore dove dal 2020 a oggi si è avuto un incremento senza sosta di ordini e produzione a pieno regime in tutti i vari cantieri, i fornitori non riescono a stare al passo. Stiamo cercando da una parte di convertire certi fornitori per portarli nella nautica e dall’altra cercare di formare internamente competenze ed esperti.”

Così come altri vostri colleghi anche voi di Azimut Benetti cercate di internalizzare e acquisire anelli della catena produttiva?

“Io personalmente sono contrario ad acquisire fornitori esterni per il concetto dell’innovazione. Se tu hai come unico cliente te stesso tendi alla lunga a vivere in una comfort zone, a non cercare di

investire e a spingere in innovazione. La competizione aiuta. Nei momenti di crisi bisogna mettere in moto il cervello. Se tu hai un fornitore che produce solo per te i mobili o lo scafo per la tua imbarcazione alla lunga lui stesso non ha alcun motivo per cambiare; anzi, sarà una forza di resistenza al cambiamento.”

Che proiezioni avete sui risultati per l'anno nautico che si concluderà a fine agosto?

“L'anno scorso abbiamo chiuso con 1 miliardo di euro di fatturato, quest'anno saremo a 1,2 miliardi, quindi un 20% di crescita. Abbiamo un portafoglio ordini che ci soddisfa per i prossimi anni, di fatto il prossimo anno abbiamo la produzione di Benetti tutta venduta, di Azimut siamo quasi al 60% e quelle che mancano sono unità piccole. Quindi molto probabilmente nei prossimi 3/4 mesi arriveremo al 100%.”

Può dare anche una previsione dell'Ebitda?

“È già più alto rispetto a quello che i nuovi soci arabi avevano visto nei mesi scorsi...”

A proposito del fondo sovrano dell'Arabia Saudita che valore vi aspettate possa portare questo nuovo socio all'azienda?

“Il socio è strategico e non poteva capitare in un momento migliore; quello che serve è un'accessibilità nel mercato più interessante per mega yacht in questo momento. Perché se noi vogliamo vendere imbarcazioni di una certa dimensione dobbiamo guardare a tre aree principalmente: Europa (soprattutto Russia), Medio Oriente e America. La più stimolante e di maggiore crescita è il Medio Oriente. Il collegamento con Public Investment Fund (Pif) sono sicuro ci porterà dei benefici.”

La Russia è un mercato ancora recuperabile?

“Su queste dimensioni, dai 70 metri in su, non più, è troppo controllato. In Arabia Saudita, invece, tutta la parte legata al progetto Neom che stanno sviluppando è un potenziale bacino d'utenza enorme.”

Alte potenzialità per la vendita di barche nuove ma anche per i porti turistici?

“Potrebbe essere quella un'altra apertura, sì. Perché so che nell'ambito del progetto Neom si stanno sviluppando marine per migliaia di posti barca; quindi sicuramente serve know how interessante, noi abbiamo sviluppato marina all'interno del gruppo e quindi siamo presenti in tutte le aree che riguardano la nautica da diporto. Anche il ritorno alla costruzione di giga yacht da 100 metri rientra in questo pacchetto che guarda al Medio Oriente.”

I tassi d'interesse in salita e l'inflazione preoccupano?

“Dal punto di vista della domanda sul mercato no; ci preoccupa l'inflazione speculativa che la nautica sta vivendo. Il portafoglio ordini lungo di parecchi cantieri fa sì che i fornitori (in numero limitato) possano giocare un po' sul prezzo in maniera speculativa. Quello che preoccupa noi, ma anche altri cantieri concorrenti, è questa variabilità di costi che uno cerca di tenere sotto controllo un po' con l'efficienza e un po' con la negoziazione. Per quanto riguarda il rialzo dei tassi ci vede un po' più preoccupati su imbarcazioni più piccole, di Azimut, perché hanno un effetto immediato sul finanziamento dell'imbarcazione. Quello ha avuto un effetto importante.”

CLICCA QUI PER ISCRIVERTI ALLA NEWSLETTER GRATUITA DI SUPER YACHT

24

Il ricordo di Paolo Vitelli per il 150° di Benetti: “Rilevai il cantiere mettendo sul tavolo i miei Bot”





This entry was posted on Friday, June 23rd, 2023 at 4:30 pm and is filed under [Yacht, Yards](#). You can follow any responses to this entry through the [Comments \(RSS\)](#) feed. You can leave a response, or [trackback](#) from your own site.

