



IL LOBSTER, UNA SCELTA DI PASSIONE

La decisione di introdurre lo stile "aragostiera" sul mercato italiano è stata esclusivamente emozionale. E fortunata. Ne parliamo con il top management del cantiere Abati Yachts.

Quella delle lobster, le barche per la pesca delle aragoste, è una tradizione che per decenni è rimasta circoscritta ad alcune zone del Nord America. Poi, un bel giorno di due anni fa, un gruppo di imprenditori padovani le ha notate, se n'è innamorato e, senza troppo pensarci su, ha dapprima deciso di portarle nel Mediterraneo; poi, sull'onda dell'ottima accoglienza, ha deciso di costruirle.

E' più o meno questa la recente storia di Abati Yachts, un giovane cantiere che ha talmente legato il suo esordio e il suo primo sviluppo a questo genere di barche da lavoro, da diventare quasi l'emblema. La prima barca prodotta - il 55' Portland - è un successo in atto: 5 unità vendute, ad appena dieci mesi dalla presentazione del prototipo. La seconda - il Newport 46' - ha già una lista di attesa di possibili acquirenti che l'hanno vista solo nel rendering di progetto, essendo il suo debutto previsto per il prossimo salone di Genova.

Parliamo di questo avvio entusiasmante con i tre personaggi che, a diverso titolo, ne sono stati i principali attori: l'amministratore delegato Andrea Abati, il direttore marketing Michele Parini e il progettista Carlo Cinti.

Abati, un successo rapido non è mai facile da gestire. Come fate ad armonizzare la domanda del mercato con la crescita della gamma?

Innanzitutto abbiamo una rete di fornitori che sono stati accuratamente selezionati in base ad alcune esigenze che riteniamo irrinunciabili: la qualità; l'appartenenza al nostro stesso territorio; la grande flessibilità di produzione,



soprattutto nella fase di avviamento. In questo modo abbiamo potuto subito fronteggiare il successo commerciale, mantenendo contemporaneamente i tempi di consegna e lo standard qualitativo.

Cinti, a proposito di qualità, come si fa a garantirne il controllo quando si lavora esclusivamente con i terzisti?

Ne accennava implicitamente Abati, parlando dell'ambito territoriale. Vede, quando una struttura produttiva si articola rigorosamente all'interno di un'area circoscritta, il controllo di qualità può essere svolto esattamente come all'interno di una grande azienda che produce ciò che le occorre nelle sue varie divisioni.

Questo è possibile anche quando, come nel vostro caso, vengono applicate le più moderne tecnologie?

A maggior ragione, direi. Anche perché, in questo senso, le nuove tecnologie - prima fra tutte quella della vetroresina a infusione sottovuoto - aiutano le aziende a mantenere alto e costante il livello qualitativo.

Parini, tra qualche mese inaugurerete un nuovo stabilimento di 3.000 metri quadrati. Aiuterà a far crescere solo

la produzione o anche la gamma?

Sarà un mix di entrambe le cose, nel senso che la nuova struttura si farà carico progressivamente di parte della produzione, integrandosi con le strutture esistenti. Il che dovrà tradursi necessariamente in un duplice sviluppo, orientato da una parte verso l'aumento delle unità, dall'altra verso la crescita della gamma.

Cinti, a proposito di gamma: il prossimo 46' sarà una barca tecnologica come il 55'?

Considerando che sarà l'unico lobster al mondo a montare il nuovo sistema di trasmissione IPS, direi proprio di sì. Ma il fatto tecnologicamente più rilevante, ad

esso legato, è rappresentato dallo speciale disegno di carena che abbiamo sviluppato al fine di ammortizzare l'effetto di rollio indotto che, con questo specifico tipo di trasmissione, risulta spesso eccessivo.

Parini, spesso la tecnologia porta alla standardizzazione, la quale, a sua volta, è nemica della personalizzazione. E' un bel problema per chi, come voi, produce barche semi-custom.

Non direi. In fondo ci è bastato rinunciare alla costruzione con la controstampata. In questo modo, a condizione che non si tocchi la parte strutturale, possiamo accogliere qualsiasi richiesta di modifica. Il che ci fa un grande piacere, perché le nostre barche sono apprezzate proprio per quel tono di forte personalità che esprimono.

Abati, siete pronti a debuttare sul mercato internazionale?

"Diciamo che abbiamo avviato contatti importanti con Spagna, Francia, Grecia, Croazia e Stati Uniti. Ma non abbiamo fretta di andare all'estero, perché teniamo più di tutto ad avere una crescita armonica che tenga conto della futura domanda del mercato italiano.

c.co.

TESTATO A MARE IL C46 OPEN HT DI SESSA MARINE

A Porto Garibaldi è sceso in acqua lo scafo prototipo del C46 Open Hard Top di Sessa Marine, nuova imbarcazione del brand equipaggiata con i Volvo Penta IPS 600. La carena, sviluppata proprio per supportare adeguatamente le nuove trasmissioni IPS, è stata testata con successo in differenti condizioni meteomarine, dimostrandosi subito veloce e molto manovrabile grazie anche al joystick con sistema EVC progettato e realizzato dalla Volvo Penta stessa. Il C46 Open HT, equipaggiato con una coppia di Volvo Penta D6 da 435 HP l'uno, sarà immesso in commercio a partire dalla primavera del 2007. Per ulteriori informazioni: Sessa Marine; via Cortenuova 21/23; 24050 Cividate al Piano (BG); tel. 0363 976388; fax 0363 976766; sito web www.sessamarine.com; e-mail mail@sessamarine.com.

ITAMA FORTY: SUCCESSO ITALIANO

L'Itama Forty, il capostipite degli open Itama dall'acquisizione da parte di Pershing, conferma il successo commerciale presenziando a diverse manifestazioni. Nel mese di ottobre, infatti, gli appassionati hanno potuto visitare l'open Itama, famoso per le sue forme taglienti e per la colorazione blu dello scafo, sia a Roma, presso il celebre Auditorium Parco della Musica disegnato da Renzo Piano, in occasione della prima edizione di "Cinema. Festa Internazionale di Roma", sia a Fano, nel porto turistico Marina dei Cesari, insieme alla nuova Ferrari 599 GTB Fiorano espote per l'occasione da Blu Yachting, distributore Itama per Marche, Emilia Romagna e concessionaria Maranello di Pesaro. A suggellare il successo internazionale del "piccolo" di casa Itama, il cantiere ha progettato una nuova versione per il mercato orientale, dotato di layout più confacenti al clima locale.