

Absolute yachts arriva in Cina e punta su tre nuovi modelli

Ll cantiere piacentino Absolute Yachts, forte di una gamma di imbarcazioni dai 40 ai 72 piedi, ha appena festeggiato i primi dieci anni di attività al Salone di Cannes, con la presentazione del 40 Sport Line, a conferma dei continui investimenti in atto.

Patrizia Gobbi è general manager dell'azienda - fondata da Sergio Maggi e Marcello Bè nel 2002 - che produce open, hardtop e fly e che sempre più guarda ai mercati esteri. Il fatturato di Absolute nel 2011 è stato di 17 milioni, un milione di euro in meno rispetto all'anno precedente, ma negli ultimi quattro anni sono stati fatti investimenti in termini di ricerca e per soste-

tere partecipazioni promozionali, a cominciare da media e saloni.

Due milioni di euro, in particolare, sono stati destinati ai tre nuovi modelli di imbarcazioni. È Patrizia Gobbi che, assieme a Cesare Mastroianni, direttore commerciale, dice: «Partendo dal nostro essere italiani, che per noi ha un valore inestimabile, oggi valutiamo molto positivamente la presenza europea non solo nel bacino del Mediterraneo ma anche nel Baltico e nella costa atlantica ma, soprattutto negli ultimi due anni, negli Stati Uniti, con un distributore che si occupa anche di Canada e Messico e, più recentemente, della Cina dove abbiamo iniziato una collaborazione che a breve ci por-

terà a consegnare la prima barca. Il Medio-riente è un settore dinamico dove abbiamo una collaborazione che copre sia la parte Mediterranea (Libano) sia quella del golfo (Emirati). E non ci fermiamo qui, perché la nautica sta progredendo anche in Sud America, area dalla quale riceviamo contatti e richieste concrete, Sudafrica e Australia. Ci sono ancora tante miglia da percorrere e sono nei nostri obiettivi».

Nessuna cassa integrazione, poi, alla Absolute Yachts: i dipendenti diretti sono 60 e 40 quelli indiretti. Riguardo ai saloni nautici Patrizia Gobbi dice: «Le esperienze recenti hanno mostrato una situazione attiva, di fermento, sia a Cannes, che a Düsseldorf. Altro punto caldo è sicuramente rappresentato dagli Stati Uniti, con Miami e Fort Lauderdale, ma segnali interessanti arrivano dai saloni del Medio Oriente e dell'Estremo Oriente. Sono tutti mercati con grande dinamismo».

M.Man.

GIORNALIZZAZIONE FERRARI