



Carolina Cesana.

Avanti tutta! Full Speed AHEAD!

Nuovi modelli per tutti i brand che rappresentano in Italia. La richiesta non manca e la famiglia Cesana è pronta a soddisfarla

New models for all the brands they represent in Italy. There is no shortage of demand and the Cesana family is ready to meet it

by Niccolò Volpati - photo by Andrea Muscatello

BASTA UN DATO PER RENDERSI CONTO CHE LE COSE NON VANNO POI TANTO MALE: il 2020 si chiude con un +10% rispetto all'anno precedente. Me lo raccontano Carolina e Barbara Cesana, le due eredi della famiglia Cesana. Il padre, Piero, vende barche da cinquant'anni, non ha ancora smesso, né sembra aver intenzione di farlo visto che è sempre alla guida dell'azienda. Sono tutti uniti per un unico risultato: consolidare un trend positivo. Il segno più, infatti, non compare solo nel 2020, ma in tutto il triennio dal 2018 al 2020. Analizzando gli ultimi tre anni, l'aumento di fatturato è addirittura del 40%. La nautica non conosce crisi, almeno dalle parti di Sanremo. «Oggi ci sentiamo più tranquilli, ci sentiamo più preparati alle sfide che abbiamo di fronte. La pandemia è stata ovviamente inaspettata e ha inevitabilmente creato incertezza, ma credo che in poco tempo siamo stati capaci di rialzare la testa», afferma Barbara. Merito anche dei brand che rappresentano. Marine Group infatti

è dealer di Princess, mentre Blu Service importa Fjord e Sealine da Hanse Yachts AG. «Il fermo della produzione c'è stato veramente, ma, per fortuna, è durato poco e i cantieri si sono rapidamente riorganizzati», racconta Carolina. È grazie a questa efficienza, sia di chi produce, sia di chi distribuisce, che sono riusciti a soddisfare le tante richieste. Prosegue Barbara: «Nel 2020 abbiamo venduto moltissime prime barche. Circa il 40% dei nostri nuovi armatori, infatti, non aveva mai posseduto una barca. È un buon segno, significa che si avvicinano al nostro mondo anche persone che fino a oggi non ne facevano parte. Molto incoraggiante è anche l'età media dei nuovi armatori. Adesso ci sono tanti giovani che vogliono comprare la barca». Il ricambio generazionale è probabilmente favorito dalla situazione generale. La barca è perfetta per trascorrere le vacanze con la propria famiglia o con un ristretto numero di amici, lontani dalla folla, dalle limitazioni e dal rischio contagio. Ma parte del merito va sicuramente attribuito anche alle barche. Sealine è probabilmente lo scafo perfetto per la famiglia e, non a caso, il 330 ha avuto tanto successo. «È il giusto entry level perché è facile da gestire anche se non si è troppo esperti e poi la versatilità degli allestimenti regala tanto spazio in coperta e negli interni», sostiene Carolina. Quest'anno il cantiere ne ha previsto il restyling, tanto che la sigla cambierà diventando 335. Le versioni sono addirittura quattro: C335 ed S335, e poi C335V ed S335V. La prima lettera del nome indica il tipo di versione Cruiser oppure Sport, mentre la seconda si riferisce al tipo di motorizzazione perché tutti i 335 sono disponibili con piedi poppieri oppure con fuoribordo. Oltre a questi ci sarà anche il Sealine S390. Anche l'altro brand del gruppo Hanse non è rimasto con le mani in mano. Nel 2020 ha presentato il Fjord 41 XL ed è già allo studio una nuova versione con i motori fuoribordo. È facile immaginare che questa propulsione sarà presa in considerazione da designer e uffici tecnici. La potenza dei fuoribordo cresce molto, ne è un esempio la recente presentazione del Mercury da 600 cavalli, e molti armatori sono attirati da questi motori perché la manutenzione, oltre all'eventuale futura sostituzione, è più semplice. «Per quanto riguarda Princess, alla preoccupazione conseguente alla pandemia, si era aggiunta quella dovuta alla Brexit, ma per fortuna le cose sono andate per il verso giusto. Non ci sono dazi, né problemi di alcuna sorta. Le barche continuano ad arrivare dal Regno Unito e se il costo del listino è leggermente cresciuto lo si deve al fatto che la sterlina si è rafforzata. Niente di preoccupante, anche perché il cantiere sembra vivere un vero e proprio momento d'oro. I Princess sono sempre molto richiesti, la qualità è molto alta e anche chi viene da noi vuole un prodotto top e full optional. L'armatore Princess sa quello che vuole e sa che la qualità ha un costo», ci spiega Barbara Cesana. E se la qualità costruttiva e dei materiali non è in discussione, non lo è nemmeno la capacità del cantiere di proporre nuovi modelli. Nel 2020 si sono visti il V55 e l'X95, ma ce ne sono ben altri tre in arrivo nei prossimi mesi: X80, Y95 e Y72. Crescono le dimensioni delle barche e spesso anche chi si avvicina alla nautica per la prima volta lo fa acquistando un modello non troppo piccolo. Quindi, se si parte da un 50 piedi, è facile che nel giro di qualche anno si voglia passare a un 70 o un 80. «Anche per questo motivo sentiamo un senso di responsabilità», afferma Carlo Piatti. «Quello che facciamo, oltre a vendere



Barbara Cesana.



Giuseppe Arturi.

una barca, è anche formare i nuovi armatori. Metterli a loro agio e fornire una sorta di tutoraggio». È un servizio che Blu Service e Marine Group continuano a fornire e, a giudicare dal successo dei loro raduni estivi, si può affermare con certezza che è molto apprezzato. Il raduno di tutti gli armatori non è solo un modo per trascorrere insieme una vacanza in un clima molto accogliente e familiare, ma è un'occasione per superare le titubanze, soprattutto per chi è meno esperto. L'anno scorso, causa Covid, non si è potuto fare, ma quest'anno i Cesana sono convinti che ci riusciranno. La meta è sempre la Sardegna, ad agosto, e le richieste di partecipazione sono già numerose. «È successo che anche chi non ha mai fatto una navigazione dalla penisola fino in Sardegna si sia aggregato proprio perché fare la traversata in tanti consente di sentirsi più tranquilli», racconta Carolina. E alla fine della chiacchierata, quando chiedo a Barbara e Carolina quale sia il loro desiderio, mi rispondono all'unisono: avere più barche da vendere, perché la richiesta è forte e loro sono attrezzate per soddisfarla.

Marine Group è l'importatore esclusivo per l'Italia di Princess Yachts, che in questa stagione presenta l'X80, l'Y72 e l'Y95.

Marine Group is the sole dealer in Italy for Princess Yachts, which is presenting the X80, Y72 and Y95 this season.

A SINGLE STATISTIC IS ENOUGH TO SHOW THAT THINGS AREN'T GOING TOO BADLY: 2020 closed up 10% on the previous year. This is what I'm told by Carolina and Barbara Cesana, the two heirs of the Cesana family. Their father, Piero, has been selling boats for fifty years. He hasn't stopped yet and shows no sign of doing so given that he is still at the head of the company. They are all united in working towards a single result: consolidating a positive trend. The plus sign did not just appear in 2020 but has been a consistent feature in the three years from 2018 to 2020. When analyzing the last three years, the turnover is up by 40%. Yachting does not do crises, at least not in the Sanremo area. «We have more peace of mind than ever today, ready to face the challenges ahead. The pandemic was unexpected and has inevitably created uncertainties, but I believe that we were able to raise our heads again within a very short space of time», states Barbara. This can also be attributed to the brands they represent. Marine Group is a Princess dealer, while Blu Service

In addition to Barbara and Carolina Cesana, the Sanremo offices are also occupied by Carlo Piatti, Giuseppe Arturi, Piero Cesana, and his wife Marina.

Negli uffici di Sanremo, insieme a Barbara e Carolina Cesana, ci sono Carlo Piatti, Giuseppe Arturi, Piero Cesana e la moglie Marina.



Princess Y72.



Princess X95.



Carlo Piatti.



Blu Service rappresenta i marchi **Sealine** e **Fjord**, entrambi del gruppo **Hanse**.

Blu Service represents the **Sealine** and **Fjord** brands, which are both parts of the **Hanse** group.



imports Fjord and Sealine made by the Hanse Yachts AG. «Production actually came to a standstill, but fortunately this didn't last long and yards were rapidly reorganized», says Carolina. It is thanks to this efficiency, of both the manufacturers and the distributors, that they managed to meet the big demand. Barbara continues: «We sold a huge number of first boats in 2020. Around 40% of our new owners have never had a boat before. This is a good sign. It means that people who never previously formed part of our world are now approaching it. The average age of the new owners is also very encouraging. Lots of young people want to buy a boat today». The generational turnover has probably been boosted by the general situation. A boat is a perfect way to spend a holiday with one's family or a small number of friends, away from the crowds, restrictions, and risk of contagion. However, some of the merits should certainly be attributed to the boats themselves. Sealine is probably the perfect family boat and it is no coincidence that the 330 has proved such a success. «This is the perfect entry-level vessel because it's even easy for non-experts to handle, while its versatile set-up offers lots of space both above and below deck», maintains Carolina.



Sealine C335.



Sealine C335V.

Le novità di Sealine di questa stagione sono sei, **C335**, **C335V**, **S335**, **S335V**, **S390** e **S430**. Mentre per Fjord la novità è rappresentata dall' **41 XL** (foto a pagina successiva).

Sealine is offering six new boats this season: the **C335**, **C335V**, **S335**, **S335V**, **S390** and **S430**. Fjord's new product is the **41 XL** (pictures on the next page).



Fjord 41XL.

186

This year the yard is planning to restyle it so that it will become the 335. There will be four different versions: C335 and S335, and then C335V and S335V. The first letter in the name indicates whether it is a Cruiser or Sport version, while the second refers to the type of motorization because all the 335s are available with stern drives or an outboard engine. We will see the Sealine S390. The other Hanse group brand has not been idle either. In 2020 it presented the Fjord 41 XL and it is already working on a new version with outboard engines. It is easy to imagine that this propulsion will be taken into consideration by designers and technical offices. The power of outboard engines has increased significantly, as illustrated by Mercury's recent presentation of a 600-hp engine. Many owners are attracted by these engines because maintenance and potential replacement in the future is much more straightforward. «As regards Princess, the concern surrounding the pandemic was also accompanied by worries about Brexit, but fortunately things have gone in the right direction. There are no duties or problems of any kind. Boats are still arriving from

the United Kingdom and although the list price has gone up slightly this is because the pound is stronger. There is nothing to be worried about and in fact, the yard seems to be experiencing a real golden moment. Princess yachts are always in big demand. Their quality is very high and our customers want top-of-the-range, full-optional products. Princess yacht owners know what they want and also know that quality comes at a price», explains Barbara Cesana. And while the quality of the build and the materials is not in question, neither is the yard's capacity to offer new models. The V55 and the X95 were launched in 2020 and there are three more models due to make an appearance over the coming months: the X80, Y95, and Y72. The boats are becoming bigger and it is often the case that even those approaching the world of yachting for the first time do so by purchasing a model that is not too small. If starting with a 50-ft vessel, they may well want to move on to a 70-ft or an 80-ft boat in a few years. «This is another reason why we feel a sense of responsibility», states Carlo Piatti. «In addition to selling boats, we also

shape the new owners. We put them at ease and provide them with a sort of mentoring». This is a service that Blu Service and Marine Group continue to provide and, to judge by the success of their summer meetings, it is certainly much appreciated. Bringing all the owners together is not only a way to spend a holiday together in a very welcoming and friendly environment, but also an opportunity to overcome any hesitation, especially for those who are less expert. This was not possible last year due to Covid, but this year the Cesana family are convinced that it will go ahead. The destination is always Sardinia, in August, and numerous people have already expressed an interest in attending. «It has been the case that even those who have never done the crossing from the peninsula to Sardinia have joined up precisely because doing it with so many others gives them added peace of mind», says Carolina. And at the end of our chat, when I ask Barbara and Carolina what they wish for, they both reply in unison: more boats to sell, because the demand is so good and we have everything in place to meet it. ▀



La nuova generazione è rappresentata da Barbara e Carolina, figlie di Piero e Marina Cesana. Nel 2020 **Blu Service** e **Marine Group** segnano un aumento del 10% e nel triennio 2018/2020, la crescita è addirittura del 40%.

The new generation is represented by Barbara and Carolina, the daughters of Piero and Marina Cesana. In 2020 **Blu Service** and **Marine Group** recorded a 10% increase and growth was 40% for the three years from 2018 to 2020.