



Nautica, Anastassov (Ferretti): «Nostri brand sono i pilastri della strategia»

Descrizione

(Adnkronos) «»

Sono le parole di Stassi Anastassov, Global Chief Executive Officer, Ferretti Group, alla conferenza stampa organizzata oggi in occasione del primo giorno di lavori del Cannes Yachting Festival 2026, la manifestazione che apre la stagione dei saloni del Mediterraneo.

L'incontro è stata l'occasione per affermare la visione strategica dell'Ad che da maggio di quest'anno è alla guida del Gruppo e per presentare le novità di prodotto portate alla prestigiosa esposizione nautica francese dove Ferretti si presenta con circa 20 Yacht. Sono quattro le world premier presentate da Ferretti per i marchi Itama, Riva e Custom Line.

«Sono fermamente convinto che disponiamo di sette marchi unici che ci distinguono da tutti gli altri» afferma Ferretti. «Non è qualcosa che abbiamo creato noi, è qualcosa che abbiamo ereditato. Nessuno possiede marchi che, come Riva, esistono dal 1842. Nessuno ha marchi iconici come Pershing o Wally, che hanno rivoluzionato il mercato, o come Ferretti, che di per sé rappresentava l'emblema stesso di ciò che uno yacht doveva essere.

E, per le imbarcazioni di dimensioni maggiori, Custom Line aggiunge: «Inoltre, abbiamo una categoria di clienti che desidera realizzare il proprio sogno personale, e siamo in grado di farlo attraverso Crn.»

E continua: «Abbiamo poi qualcosa che considero un vero dono: ogni anno non abbiamo 200mila o 2 milioni di clienti. Abbiamo tra i 200 e i 250 armatori. Alcuni di loro hanno già posseduto yacht dei nostri marchi e tornano ad acquistare da noi. Il nostro compito è rendere straordinaria l'esperienza di ogni singolo armatore» afferma. «Ogni interazione con ciascuno di loro deve farli innamorare del nostro marchio, spingerli a raccomandarlo ai loro amici e portarli a tornare anno dopo anno, diventando parte della famiglia Ferretti. Tutto questo è supportato da una grande organizzazione».

Una grande organizzazione fatta di persone e talenti, che per Anastassov sono il cuore pulsante del Gruppo. Una visione racchiusa anche nel nuovo claim "We Are Yachting".

Le nostre persone hanno passione per il settore, passione per i marchi. E la passione è qualcosa che non si può fingere. Nella vita si può imparare qualsiasi cosa. Si possono frequentare le migliori università del mondo, ma c'è una cosa che non si può imparare né simulare: la passione. Osserva. Abbiamo passione per i nostri clienti e passione per l'innovazione. È questo che continuerà a distinguere il Gruppo Ferretti e i suoi marchi da tutti gli altri.

Mi sento fortunato perché ho avuto modo di incontrare così tante delle nostre persone, dal team di leadership fino a chi lavora sul campo. Si sofferma ancora. Questa mattina ero con i nostri comandanti e con chi stava allestendo gli stand qui a Cannes. Sono quelle persone che di solito nessuno ringrazia. Io ero alle sei del mattino per vedere come lavoravano appositamente per ringraziarli del grande lavoro che svolgono, perché in tanti mantengono viva questa straordinaria azienda e dedicano la propria vita a rendere l'esperienza dei nostri armatori sempre migliore, conclude.

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Settembre 8, 2026

Autore

redazione