

5 agosto 2026

Care colleghe, cari colleghi,

La maggior parte di voi sta per andare in vacanza, e qualcuno è già partito. Prima che stacciamo tutti, voglio lasciarvi qualcosa su cui riflettere durante l'estate: dove sta andando questa azienda, e che cosa credo possa diventare.

Il primo semestre è alle spalle. Abbiamo consegnato 586 milioni di euro di barche, chiuso giugno con 95 milioni di euro in cassa e un portafoglio ordini di 1,4 miliardi di euro, e ognuna di quelle barche è stata progettata, costruita, venduta o assistita da qualcuno che sta leggendo queste righe. Grazie.

Abbiamo anche detto apertamente che dobbiamo vendere più barche. Lo faremo. E lo faremo lavorando in un modo che questo settore non ha mai visto.

I nostri marchi non sono stati costruiti da persone che hanno accettato ciò che già esisteva. Sono stati costruiti da persone che hanno immaginato qualcosa di migliore. Ogni generazione nel Gruppo Ferretti ha ereditato questa responsabilità. Ora tocca a noi.

Voglio quindi essere chiaro sull'ambizione. Costruiremo l'azienda di yacht di lusso più straordinaria che il mondo abbia mai visto. E la costruiremo con le persone che stanno leggendo queste righe.

Ogni yacht che esce dai nostri cantieri entra a far parte della vita di qualcuno. Viaggi di nozze. Compleanni. Estati in famiglia che i bambini ricordano ancora a sessant'anni. Nonni che insegnano ai nipoti a nuotare dalla plancetta di poppa. Noi non produciamo vetroresina e acciaio. Costruiamo i luoghi in cui le persone vivono i giorni più belli della loro vita. È questo il lusso, davvero, ed è per questo che ogni ora spesa bene conta.

Pensate alle persone che hanno cambiato un settore nell'arco di una sola vita lavorativa.

Toyota ha dimostrato che la qualità è un modo di lavorare, non un controllo alla fine.

Enzo Ferrari ha trasformato l'ingegneria in emozione.

Steve Jobs ha fatto sparire la tecnologia.

Jeff Bezos ha reso inaccettabile l'attesa.

Elon Musk ha dimostrato che un intero settore aveva torto.

Nessuno di loro è partito come il più grande, e nessuno di loro ha inventato gli strumenti che ha usato. Erano a disposizione di tutti, e tutti gli altri hanno continuato come prima. Loro li hanno messi insieme per primi, sono diventati il riferimento e hanno lasciato il resto del loro settore indietro di vent'anni.

Ciò che li accomuna è questo: hanno raccolto gli strumenti del loro tempo prima di chiunque altro nel loro settore.

La mia visione per noi è di fare lo stesso. La tecnologia è la radice dell'innovazione: non solo negli yacht che costruiamo, ma anche nel modo in cui li costruiamo.

Il mio obiettivo non è un programma tecnologico. È che Ferretti Group diventi l'azienda più innovativa di questo settore, in tutto ciò che facciamo: negli yacht stessi, nel modo in cui li progettiamo e li costruiamo, e nel modo in cui un armatore ci convive per vent'anni. Ogni innovazione degli ultimi cento anni è iniziata con qualcuno che ha messo al lavoro uno strumento nuovo. Anche la nostra.

Solo per un minuto, immaginate un futuro che potrebbe essere così.

Un martedì a Cannes. Una coppia che desidera una barca come questa da quindici anni si siede con il nostro dealer. Spostano una paratia. Cambiano la cucina. Chiedono un garage per un tender più grande. Il prezzo si muove davanti a loro mentre scelgono, il cantiere conferma uno slot di produzione reale mentre sono ancora seduti al tavolo e se ne vanno con un numero, una data e piena fiducia.

Un lunedì a Forlì. Una progettista inizia alle sette. Il costo e il peso di ogni linea compaiono mentre li disegna, così prova tre idee prima di pranzo e tiene la migliore.

Una mattina d'agosto a Porto Cervo. Su una barca consegnata a marzo, una pompa comincia a non funzionare. La barca se ne accorge prima di chiunque a bordo, e il nostro tecnico è in banchina la mattina dopo con il ricambio già in furgone. L'armatore non saprà mai che c'era un problema. È quella la mattina in cui decide che anche il suo prossimo yacht sarà uno di quelli costruiti da Ferretti Group.

E dietro a tutto questo, un solo Ferretti Group. Sette marchi, sette cantieri, una rete di dealer in tutto il mondo e migliaia di armatori, che lavorano sulle stesse informazioni sullo stesso yacht: la progettista a Forlì, il capo reparto a Ravenna, il dealer a Fort Lauderdale e il comandante a Porto Cervo. Una sola azienda, un solo sistema, una sola verità.

È questo il futuro che mi fa venire voglia di alzarmi la mattina.

A un armatore non interessa quanti brevetti abbiamo.

Gli interessa che il suo telefono si colleghi all'impianto audio, e che l'aria condizionata sia abbastanza silenziosa da far dormire i suoi figli. Quello è lo standard, e ognuno di noi lo capisce.

Ora, perché tutto questo riguarda voi, e non solo me.

Barche migliori e un'esperienza migliore rendono i nostri marchi più desiderabili. Marchi più desiderabili vendono di più, e al prezzo che meritano. Più vendite significano cantieri più pieni,

più persone, più apprendisti e più investimenti nella prossima generazione di prodotto. Un'azienda che cresce e guadagna bene ricompensa le persone che ci lavorano e gli azionisti che hanno creduto in lei, ed è questo che ci permette di investire di nuovo. Ogni anello di quella catena parte dalla stessa cosa: da come lavoriamo insieme.

Ed ecco la parte che nessuno può toglierci. Un concorrente può comprare domani la stessa tecnologia. Nessuno può comprare le mani di Forlì, Cattolica, Sarnico, Mondolfo, La Spezia, Ancona e Ravenna, né generazioni di sapere esattamente come deve comportarsi una carena a trenta nodi.

La tecnologia si può copiare. La tradizione e l'artigianalità no.

Ecco quindi che cosa chiedo a ciascuno di voi.

Primo, un autunno come nessun altro. Sei anteprime mondiali in un solo mese straordinario: la Monaco Private Preview e il Cannes Yachting Festival a settembre, il Monaco Yacht Show pochi giorni dopo, poi Genova, Fort Lauderdale, Dubai a novembre e Hong Kong a dicembre. La maggior parte dei nostri ordini 2027 sarà firmata in quei quattro mesi, e qui nessuno è lontano dalla vendita.

Secondo, ditemi che cosa non funziona. Chi fa un lavoro sa meglio di chiunque altro dove se ne va il tempo e quale passaggio esiste solo perché è sempre esistito. Ho chiesto a ogni responsabile di funzione di portarmi esattamente questo, e nessuno di loro può farlo senza di voi. Nessuno qui finirà nei guai per aver detto che qualcosa non funziona. Si finisce nei guai per saperlo e tacere.

Terzo, costruite ogni barca di questo autunno come se fosse quella che definirà la nostra reputazione per la prossima generazione. Perché una di esse lo sarà.

E il mio impegno verso di voi.

Non posso promettervi che tutto cambierà da un giorno all'altro. Le grandi aziende non si costruiscono mai così. Ma posso promettervi questo: non risparmierò alcuno sforzo per rendere reale questa visione. Chiederò molto a me stesso prima di chiederlo a chiunque altro. E non posso farcela da solo. Ho bisogno delle vostre idee, del vostro coraggio di mettere in discussione ciò che non funziona più, e della vostra determinazione a costruire qualcosa di straordinario.

Questo non è il mio piano. È il nostro. Duemila di noi, in sette cantieri, su ogni mare dove ci sono le nostre barche. Ed è più grande di noi: un Gruppo Ferretti più forte significa più lavoro per centinaia di fornitori italiani, più apprendisti che imparano mestieri che altrimenti scomparirebbero, e artigianalità italiana che resta dove deve stare.

Fra dieci anni nessuno ricorderà i risultati di questo trimestre. Ricorderanno se questa generazione di Ferretti Group ha avuto il coraggio di cambiare l'azienda per sempre. Io credo di sì. La storia non appartiene alle aziende più grandi. Appartiene a quelle che osano costruire il futuro prima che chiunque altro riesca a vederlo.

Le più grandi aziende hanno una cosa in comune. Conquistano la fiducia attraverso prodotti eccezionali, una qualità senza compromessi e il modo in cui trattano i loro clienti, le loro persone e i loro azionisti. Diventano aziende che gli altri ammirano e che i concorrenti cercano di copiare. È questo il futuro che possiamo creare insieme. Dipende da noi. E credo, con tutto il cuore, che gli anni migliori del Gruppo Ferretti siano ancora davanti a noi.

Mani italiane. Tradizione italiana. Gli yacht più avanzati al mondo.

Gli yacht più straordinari meritano l'azienda più straordinaria. Insieme, la costruiremo.

Stassi

P.S. Godetevi agosto. Staccate davvero, passate il tempo con le persone che non vedete abbastanza, e tornate a settembre pronti per il miglior autunno nella storia di questa azienda. Buone vacanze, e grazie.