

Voglia di stupire

di Luca Sordelli

Il One Hundred sarà la novità più importante per la stagione 2009 dei Cantieri Baia. Ma sono in arrivo anche un remake in salsa-hi tech del Famoso B 50, un nuovo stabilimento a Olbia e un prototipo da corsa. Ci racconta tutto Roy Capasso

Ce n'è un po' per tutti i gusti: si parte da un nuovo 100', in arrivo proprio in queste settimane, che rappresenta un punto di arrivo. C'è poi un nuovo 50', che rappresenta invece un ritorno al passato, la voglia di vintage e di recuperare le radici del marchio. Ma c'è anche la nascita di una nuova importante struttura in Sardegna, a Olbia, al centro del Mediterraneo, da sempre suo mercato di riferimento. E c'è infine la passione per la motonautica e la voglia di utilizzare l'esperienza fatta in gara per creare ricerca e sviluppo sulla produzione di serie. Baia affronta la crisi investendo e inventando. Ce lo racconta Roy Capasso, direttore marketing del marchio napoletano:

Di questi tempi la prima domanda è doverosa. Quali saranno le conseguenze della crisi economica generale sul mondo della nautica?

La contrazione del mercato esiste, è innegabile, ma bisogna saper distinguere, si riferisce a mercati specifici: a fronte di un mercato che va in crisi ce n'è un altro che continua a camminare. Nel momento in cui gli Usa rallentano, magari accelerano il mercato russo, cinese e l'India. Dire che è l'intero mercato ad andare male è erroneo. Bisogna ancora aspettare, vedere, capire, in



determinati paesi, nonostante la contrazione generale, il settore nautico continua a marciare. Il nostro comparto beneficia di un effetto ritardato rispetto ad altri.

In mezzo a questa crisi i numeri di Baia come sono? Va tutto bene?

Baia anche quest'anno conferma i suoi numeri positivi, la crescita non è ai ritmi delle stagioni scorse, ma siamo sempre in crescita. Però...

Però?

Il grande problema è che a fianco di tanti nuovi amatori che arrivano, ci sono anche troppi cantieri che nascono. Non lo dico perché non voglio concorrenti. La concorrenza serve e funziona, però il nostro mercato è ricco di cantieri "monobarca", e non intendo semplicemente

"monomodello". Ognuno di loro occupa uno slot nautico, un armatore, un posto barca. E fanno barche che poi non hanno più valore, non sono più ritirabili al momento dell'acquisto del nuovo, perché esemplari unici e quindi senza mercato. E proprio quello dell'usato è un altro grande problema. Nel mondo delle auto esiste la rottamazione, un processo che nasce evidentemente dalla necessità di eliminare dalla strada auto vecchia, poco sicure e inquinanti. Credo sia indispensabile che anche nella nautica si arrivi a una legge che dia un tempo utile alla vita di una barca: non possono durare all'infinito, lo stesso vale per le barche che galleggiano ancora dagli anni 60: inquinano di più, danno maggiori problemi di gestione, occupano posti barca.

Ritornando al problema della crisi economica. Quali sono le strategie di Baia per affrontarla?

Da un lato consolidare la nostra permanenza nei mercati tradizionali, dall'altro espandersi in quelli nuovi, proprio per non dipendere solo da uno o due paesi. Sbarcare in questi nuovi mercati ci impone però, a volte, la necessità di educarli.

In che senso?

Noi nasciamo con l'immagine della barca puramente mediterranea, adesso però facciamo un prodotto globale e quando arriviamo in nuovi mercati il "rieduciamo" verso questa nostra identità che va ben oltre il Mediterraneo. Per chi invece è già nostro cliente dedichiamo poi

un'estrema attenzione, al service, al post vendita: è più facile vendere una barca a un cliente piuttosto che mantenerlo, farlo restare fedele.

In questa direzione, a dire la verità si stanno già muovendo un po' tutti. Baia cosa fa?

Baia sta creando una struttura ad hoc sempre più importante: un'assistenza a 360° che parte dalla formazione dell'equipaggio, passando poi per la gestione quotidiana della barca, alla ricerca degli ormeggi, in generale di tutto quanto è correlato al possesso dell'imbarcazione. Non a caso abbiamo da poco acquistato a Olbia una nuova struttura da 16.000 mq con uno sbocco sul mare strategico, una location perfetta al centro del Mediterraneo. Un grosso investimento che era ormai diventato necessario. Per intensificare la produzione abbiamo poi lanciato e rafforzato il centro di Villa Litterna, nei pressi di Villaggio Coppola. La sede centrale di Baia è dedicata alle barche di dimensioni maggiori, con tempi di lavorazione più lunghi e contemplati. A Villa Litterna facciamo One e Flash, modelli più semplici da realizzare e dove il controllo qualità è ormai avviato.

E negli USA come vi muoverete?

Riteniamo sia necessario intervenire con energia proprio anche nei mercati in difficoltà. Gli Usa



Il nuovo One Hundred visto dall'interno, dentro e fuori senza soluzioni di continuità.



Il progetto Baia ad Olbia: 16.000 mq al centro del Mediterraneo

da sempre sono per noi molto importanti, per questo abbiamo deciso di rinunciare a un rivenditore e da un paio di anni ci occupiamo direttamente di quel mercato, riaprendo anche la vecchia società Baia of America. Ma soprattutto abbiamo aperto un ufficio a Cocconout Grove che si occupa del service negli Usa, ed è anche il punto di riferimento per Baia of America. Proprio perché c'è un momento di crisi bisogna investire: perché il dollaro costa di meno, perché quando la crisi finirà noi saremo già pronti sul posto.

Parliamo dei nuovi modelli in arrivo.

L'anno scorso Italia 70 ha segnato un nuovo passo, simbolo di una nuova linea che però parte da quella che è la nostra specialità, la performance, intesa a 360°: velocità, tenuta di mare, funzionalità e non solo design, insonorizzazione, efficienza di carene ed eliche. Su questa filosofia, e all'insegna del family feeling, stiamo facendo i nostri nuovi prodotti: su tutti il 100, che per noi è un vero punto d'arrivo. Almeno per ora. Paradossalmente nasce da un'idea lontana che già c'era: nel 1991 Baia lanciò il primo 80 piedi open; allora barche di quella dimensione completamente open non ne esistevano.

Abbiamo aspettato tanto per arrivare a 100 perché non c'era ancora una motorizzazione in grado di spingere una barca di quelle dimensioni alle performance tipiche di Baia. Su questa barca raccogliamo i frutti dello sviluppo di una filosofia, coraggiosa, che è partita dal Baia One ed è poi proseguita su Italia 70. Sul One Hundred, per esempio, non c'è un solo gradino dall'estrema prua all'estrema poppa.

Tra i vostri progetti c'è però anche un richiamo verso il passato.

Baia è diventata famosa per un open, una carena di Don Arrow, il B 50 venduto in un paio di centinaia di esemplari. Adesso la rilanciamo, in un'operazione di marketing e commerciale che ha un po' il sapore di quello fatto da Bmw con Mini o da Fiat con 500, un prodotto nuovo con alcuni contenuti "vecchi". Ovviamente la linea sarà molto simile all'originale, il comportamento in mare e le performance verranno mantenuti, ma in più ci sarà quanto di nuovo consente la tecnologia. Le linee del passato vengono mantenute, ma con nuovi contenuti tecnologici. Un esempio è il parabrezza: è squadrato come allora, segno distintivo della barca, ma adesso non è più in acciaio, bensì in carbonio - per contenere i pesi - e ricoperto di una pellicola che darà un effetto acciaio.



Roy Capasso nel circuito Powerboat P1

È un'operazione "vintage" che porterete avanti solo su questo modello?

Questa barca segnerà il via verso una linea parallela completamente open. Negli ultimi anni si è passati velocemente dall'open al coupé, poi con Italia 70, abbiamo smaterializzato l'hard top con il cristallo, facendo una cosa che ancora non si era vista sul mercato. Ora però abbiamo deciso di rilanciare una linea tutta open per chi vuole vivere il mare completamente all'aperto. Ovviamente con un sistema di tendalini a scomparsa che ha abolito ogni difficoltà per montarli e smontarli: funzionano premendo un bottone.

Come sarà questa barca?

Avrà una doppia versione di interni e di motorizzazione, una permetterà di andare oltre i 50 nodi con i 1.100 cv di Man. Ci sarà anche la possibilità di avere il prendisole di poppa. Come da filosofia Baia, avrà un pozzetto enorme e senza gradini, e la poppa bassa, pronta per andare in mare. È un'idea nuova e interessante, qualcosa del genere aveva provato a farlo solo Riva, ai tempi di Stephen Julius, con l'Acquariva, solo lui si era

spinto a farlo su un prodotto così grande, da 60 piedi.

Parliamo infine della sua passione per la motonautica, le corse.

È una passione che nasce dalla mia convinzione che, così come accade nel mondo delle auto, bisogna fare ricerca e sviluppo sulla base proprio di quanto si può imparare partecipando a delle corse, delle competizioni. La motonautica fino ad ora è stata tenuta molto distante dal diporto, ed è un male, soprattutto per un prodotto come Baia che è alla continua ricerca di performance estreme.

Ho iniziato l'avventura motonautica su una barca non mia, su una barca di amici con i quali siamo arrivati secondi al campionato italiano ed europeo e al momento siamo terzi al mondiale. Il mondo delle corse e quello della ricerca e sviluppo sono legati a doppio filo: significa lavorare ai massimi livelli su idrodinamica, trasmissioni, eliche, comportamento in virata, sollecitazioni, pesi. L'anno prossimo correrò su una barca fatta da Baia, lavoreremo molto sulla carena, fino ad ora ci siamo concentrati sulle trasmissioni. Una barca sperimentale, un laboratorio dove portare all'estremo il nostro lavoro di ricerca e sviluppo. ■



Tra le novità di Baia per la primavera spicca la riedizione del celebre B 50: la tradizione incontra l'hi-tech.