ATTENTI ALLA PRIVACY / Dal Gdpr all'IA Act: tra regole del gioco e big tech che le violano, è ora di attrezzarsi

Economy

MODELLI. OPPORTUNITÀ. SOLUZIONI.

www.economymagazine.it

Giugno 2025 Euro 4,50

ECONOMY | ANNO VIII | N.89 | MENSILE | GIUGNO | DATA DI USCITA IN EDICOLA: 30 MAGGIO 2025 POSTE ITALIANE S.P.A. - SPEDIZIONE IN ABBONAMENTO POSTALE - D.L. 353/2003 (CONVERTITO IN LEGGE 27/02/2004 N° 46) ART. 1, COMMA 1, LO/MI

NUOVE GENERAZIONI CON RIFLESSI PRONTI

Con l'ingresso in azienda di Gianmaria Costantino, figlio del fondatore, The Italian Sea Group ha avviato un affiancamento generazionale graduale. Ma tutta l'imprenditoria vive un'epoca di transizione da padri a figli che potenzia le aziende e crea futuro

Gianmaria Costantino, Chief Commercial Officer THE ITALIAN SEA GROUP

GOVERNO «AL LAVORO»

Durigon: flat tax in busta ai neoassunti, anticipi sugli aumenti contrattuali

PERICOLO «WASHING»

Rossella Sobrero: «Essere trasparenti paga, no all'ambiguità»

(IN)SOSTENIBILE CSRD

La Commissione UE semplifica, la Bce bacchetta. E le aziende?

RISCRIVERE L'AZIENDA

Una nuova strategia narrativa per competere sui mercati

IA ALL'OPERA

Da Lefebvre Giuffrè soluzioni smart per imprese e consulenti

LA GREEN UTILITY

Gruppo Cap e il progetto dell'hub energetico sostenibile

@Giuliano Sargentini

CRESCERE E INNOVARE, MANTENENDO LA ROTTA

Giovanni Costantino ha creato The Italian Sea Group, il primo produttore italiano di superyacht sopra i 50 metri e il secondo al mondo. Ora al figlio Gianmaria, Cco del Gruppo, il compito di spingere l'ulteriore sviluppo del gruppo

di Marina Marinetti

LARGO AI GIOVANI. O MEGLIO: LARGO AI "DELFINI". È UN'IMPRENDITORIA LUNGIMIRANTE, QUELLA CHE NON TIENE AI MARGINI LA SECONDA GENERAZIONE, E ANZI LA INTRODUCE IN AZIENDA AFFIDANDOSI A NUOVE COMPETENZE E NUOVA ENERGIA. Come ha deciso di fare **Giovanni Costantino**, il fondatore e Ceo di **The Italian Sea Group**. Uno che della lungimiranza ha fatto la sua cifra: partendo dalla sua lunga esperienza manageriale in tutt'altro settore (quello degli arredi), ha riscritto la storia della nautica italiana in soli 15 anni diventando il primo produttore italiano di superyacht sopra i 50 metri e il secondo al mondo. E adesso tocca al figlio **Gianmaria Costantino**, classe 2001, cui a novembre è stata affidata la poltrona di Chief Commercial Officer, dimostrare sul campo che il Dna non è acqua. «La sfida non è facilissima, anzi», ammette. «È una sfida impegnativa, ma allo stesso tempo entusiasmante. Sono entrato a far parte del Gruppo da meno di un anno, ma sono parte di Tisg da sempre: l'ho vista nascere, siamo cresciuti insieme».

Le è stato affidato il Sales Team e, soprattutto, la responsabilità di favorire lo sviluppo commerciale del Gruppo a livello globale, rappresentandone i valori di avanguardia stilistica e innovazione tecnologica.

Il ruolo è estremamente importante e cerco di esprimerlo in maniera professionale e innovativa.

Però non parte proprio da zero, diciamolo.

No, infatti: mio padre è riuscito a creare un operatore globale della nautica di lusso. Ha iniziato nel 2009 con l'acquisizione di Tecnomar - conosciuto per i suoi yacht di lunghezza fino a 45 metri, *ndr* -. Poi di Admiral - rinomato per la produzione di prestigiosi superyacht di lunghezza superiore a 50 metri dallo stile classico, completamente customizzati, *ndr* - nel 2011. E ancora, l'anno successivo, di Nuovi Cantieri Apuania, storico cantiere di Marina di Carrara e attuale headquarter della società, diventata nel 2020, appunto, The Italian Sea Group. L'anno dopo, il 2021, siamo approdati in Borsa, poi, nel 2022, abbiamo acquisito Perini Navi, leader mondiale nella progettazione e realizzazione di navi a vela di grandi dimensioni, Picchiotti, storico brand della nautica italiana, e, nel 2023, anche Celi1920. Due anni fa siamo stati ammessi al segmento Star di Euronext Milan. E continuiamo a crescere: abbiamo chiuso il 2024 con ricavi a quota 404,4 milioni di euro, in crescita dell'11% rispetto al 2023, con un Ebitda di 70,3 milioni di euro (+13,5%) e un margine sui ricavi del 17,4%.

Ma anche lei ha già alle spalle un percorso abbastanza impegnativo.

La mia prima esperienza importante risale alla quarta liceo scientifico Da Vinci di Salerno, quando ho avuto la possibilità di fare un periodo alla Columbia University di New York: sono sempre stato affascinato dal grande mondo della finanza di Wall Street ed è lì che ho iniziato a intraprendere un percorso finanziario che mi

Gianmaria Costantino, chief commercial officer The Italian Sea Group

@Lorenzo Tampucci

IL TECNOMAR FOR LAMBORGHINI 63

ha appassionato. Terminato il liceo, a 18 anni, ho iniziato il mio percorso universitario in Bocconi, in inglese, con un Bachelor. Successivamente ho sentito il bisogno di fare esperienze diverse, e ho frequentato un Master of Science in Finanza, ma prima ancora di terminare il master avevo iniziato a lavorare a Londra presso Imgp, un fondo di asset management, nel dipartimento di amministrazione, finanza e controllo. Dopo quella esperienza, sono passato all'M&A a Milano, nel team di valutazione aziendale di Meti Corporate Finance.

E quindi quali competenze porta in The Italian Sea Group?

In un Gruppo cresciuto molto grazie alle acquisizioni, aiuto a valutare ulteriori operazioni: diciamo che me la cavo. Inoltre, a Londra ho assimilato la cultura anglosassone della comunicazione diretta, ho seguito corsi di skill negoziali. Questo approccio dinamico e propositivo lo porto nel mio team: dobbiamo essere sempre reattivi, innovativi, capaci di dare risposte precise nel minor tempo possibile. È la chiave per vincere, in un mercato dove la competizione è altissima.

Quanto ha pesato il confronto con la figura paterna nel suo percorso?

Tanto. In tutto il mio percorso scolastico e lavorativo ho sempre cercato di dare il massimo, consapevole della responsabilità che ho. Mi sono diplomato con il massimo dei voti al liceo, laureato con lode in Bocconi e poi specializzato con Distinction al master. Mio padre è sempre stato una grande fonte di ispirazione, mi ha spronato a sfidarmi continuamente. Sono estremamente grato per le opportunità che mi ha dato e che mi hanno permesso di crescere più velocemente.

In che modo oggi si integra il suo lavoro con quello del fondatore?

L'obiettivo è crescere insieme e far crescere l'azienda. Mio padre mi supporta tanto e mi dà consigli fondamentali, ma allo stesso tempo, insieme al team commerciale, gestiamo in maniera indipendente. Lui controlla, certo, ma ci lascia grande autonomia.

Qual è il suo piano d'azione per il futuro del Gruppo?

Stiamo spingendo molto anche nel Sud-Est Asiatico, tra Hong Kong e Singapore. Inoltre, stiamo rafforzando la nostra presenza in Usa e Middle East, che sono mercati strategici. Lo sguardo verso Est è una scelta lungimirante, direi che c'è un buon 80% del mio contributo in questa direzione. Non solo: oggi anche gli armatori stanno cambiando. Molti sono giovani e cercano prodotti diversi. Dobbiamo riuscire ad anticipare le richieste del mercato, essere i primi a proporre novità. È fondamentale captare i trend futuri. Ad esempio, la nuova generazione di armatori è molto attenta a tematiche come le criptovalute: molti tendono a effettuare transazioni anche in crypto, ed essere vicini a questa porzione di mercato sarà importante. Senza scoprire troppo le carte, l'attenzione all'Esg è fondamentale (ma non decisiva). È importante innovare nella propulsione, nei nuovi spazi a bordo, offrire feature che differenzino uno yacht dall'altro (personalizzazione). Riuscire a proporre prodotti con linee nuove è essenziale.

Ogni riferimento alla propulsione innovativa è puramente causale...

Il brand Admiral, spinto da un forte impegno verso l'innovazione tecnologica e l'efficienza energetica, ha equipaggiato l'Admiral 78 metri con le avanzate batterie agli ioni di litio MG RS 163P. Questo sistema energetico all'avanguardia fornisce energia istantanea durante i picchi di carico, riducendo significativamente l'uso dei generatori e il consumo di carburante, proteggendo al contempo dai blackout sia in mare che in porto. Con una capacità totale a bordo di 504kWh e una perfetta integrazione con il sistema di gestione dell'energia dello yacht, questa soluzione garantisce un maggiore comfort, un'efficienza ottimizzata e un'esperienza di lusso più ecologica e silenziosa a bordo.

Quanto contano le partnership?

Moltissimo. Penso a quella con Giorgio Armani, per la realizzazione di yacht a sua firma, ma anche al l'inconico "Tecnomar for Lamborghini 63", motor-yacht in edizione limitata dalle straordinarie prestazioni e dalla qualità oltre ogni limite. Dal 2020, anno di avvio della partnership con Lamborghini, le vendite sono continuate senza sosta in tutto il mondo: nel Mediterraneo tra Sardegna, Capri, Ibiza, Principato di Monaco, Cannes, Saint Tropez e Turchia, nell'area americana dall'East Coast alla West Coast, ma anche a Dubai e Abu Dhabi, in

UNA SAGA CHE CI APPASSIONA

Ci sono storie d'impresa che vanno seguite con attenzione, non solo per celebrarne i successi, ma anche - se non soprattutto - per imparare come si fa a crescere. È quella di The Italian Sea Group, alla quale Economy ha già dedicato tre copertine e diversi articoli e interviste, fa scuola!

GIANMARIA COSTANTINO

Australia, a Sidney e a Perth. In generale, stiamo ampliando le nostre partnership: a marzo abbiamo annunciato quella con una delle principali yacht brokerage charter and consultancy firm in Giappone, che con oltre 14.000 isole, più di 100 porti turistici, oltre 35.000 km di costa e la flotta di imbarcazioni da diporto di gran lunga più grande di tutti i Paesi della regione Asia-Pacifico, rappresenta un mercato ad alto potenziale che si allinea perfettamente con il Strategic Outlook 2024-2025 del Gruppo. E poi stiamo rafforzando la presenza nel Sud-Est asiatico, tra Hong Kong e Singapore, e anche negli Usa e in Medio Oriente, che restano mercati strategici. La spinta verso l'internazionalizzazione, soprattutto verso Est, è una scelta molto sentita: direi che un buon 80% dell'iniziativa è partita da me.

E oltre lo sviluppo commerciale?

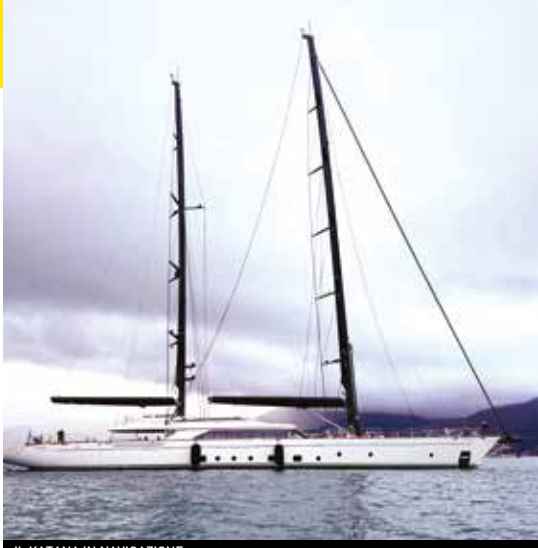
Ci sono i nostri clienti, che sono fondamentali... nonché i principali amassador del Gruppo: offriamo loro un servizio completo, che include refit e after-sales. La nostra divisione NCA Refit, che gestisce il servizio di riparazioni e refit con focus su yacht superiori ai 60 metri, in particolare, più che un punto di forza, è uno dei pilastri: rappresenta il 10-15% del nostro fatturato ed è strategico. Il refit permette di dare ai nostri armatori un'esperienza completa di maintenance e after-sales, un plus che fa la differenza.

Ci sono ancora quote da conquistare?

Ovviamente, parlare di "massa" è sempre relativo nel nostro settore, però, dal punto di vista dei brand, con i nostri quattro marchi - Admiral, Tecnomar, Perini Navi e Picchiotti, *ndr* - copriamo praticamente tutto il mercato: dai 20 metri fino agli ultracustom da 100 metri in su, sia motoryacht sia sailing yacht, da Tecnomar for Lamborghini ad Admiral. Dal punto di vista produttivo la crescita è importante: sicuramente ci potranno essere novità a livello di capacità produttiva. All'interno del nostro "village" abbiamo anche l'Academy, in collaborazione con l'Università di Genova e La Spezia, con cui cerchiamo di attirare il maggior numero possibile di giovani talenti tra designer e progettisti: è stata inaugurata nell'aprile 2021 ed è dedicata alla realizzazione di percorsi di eccellenza per i dipendenti dell'azienda e per studenti laureandi delle facoltà di Ingegneria Nautica e di Ingegneria Meccanica a indirizzo Meccatronico e del corso di laurea magistrale in Yacht Design, in collaborazione anche con la fondazione Promostudi e l'Università di Trieste. È il nostro "ultimo miglio" che precede l'inserimento dei giovani nel mondo del lavoro.

Nel futuro dei The Italian Sea Group cosa vede?

Siamo in una fase di forte crescita. I numeri parlano chiaro: il mercato dello yachting di lusso è previsto in espansione nei prossimi anni, soprattutto su segmenti ultracustom ed explorer. Puntiamo a consolidare la nostra presenza a livello globale e a raggiungere nuovi traguardi sia in termini di volumi sia di valore aggiunto. Il futuro è molto promettente: il mercato dello yachting di lusso è in crescita. Vedo il consolidamento della nostra presenza globale, l'ampliamento della nostra offerta, nuovi traguardi di volumi e valore. E a livello familiare, spero che anche mia sorella, che studia Giurisprudenza a Milano, e mio fratello, ancora al liceo, possano seguire le loro passioni con la stessa determinazione. Magari in azienda.


IL KATANA IN NAVIGAZIONE

IL PRIMO MEGAYACHT DISEGNATO IN COLLABORAZIONE CON GIORGIO ARMANI

FACILITIES UNICHE AL MONDO

Con i suoi cantieri in prossimità dei porti di Marina di Carrara e La Spezia e unità produttive a Viareggio, Terni e in Turchia, The Italian Sea Group vanta facilities uniche al mondo. L'headquarter di Marina di Carrara si estende su una superficie di circa 110.000 mq e vanta un sito produttivo all'avanguardia, dotato di due bacini di carenaggio (i più grandi del Mediterraneo) di cui uno coperto, rispettivamente di 200 e 147 metri, 11 distinte aree produttive, incluse carpenteria, tappezzeria, falegnameria e acciaieria, 600 metri di banchina e 3.300 tonnellate di chiatta galleggiante potenziata per il varo di yacht e mega yacht fino a 90 metri. Il capannone più grande può ospitare commesse fino a 90 metri, mentre la realizzazione di yacht di lunghezza superiore avviene direttamente nel bacino. Nel cantiere è presente "The Village", un'area esclusiva destinata al benessere e all'intrattenimento, con un elegante lounge bar, un ristorante gourmet, una palestra e una Spa. Il cantiere di La Spezia copre una superficie di oltre 47.000 metri quadrati con 6 capannoni per la costruzione di yacht fino a 60 metri. A Viareggio si trovano il flagship commerciale dei brand del Gruppo e la Woodworking Details Area. A Terni è presente, dal 1920, l'headquarter di Celi, con una superficie di 30.000 mq, azienda specializzata nell'ebanisteria di alta gamma, mentre il cantiere di The Italian Sea Group in Turchia si occupa della costruzione di scafi e sovrastrutture, con 5 cantieri navali che coprono circa 30.000 mq.