

GIANCARLO GALEONE

in rotta verso il nuovo.

testo **Serena Focaccia**

Si snocciolano con agilità le tappe della carriera di **Giancarlo Galeone**, un percorso sempre “vista mare” e ai **massimi livelli dell’industria nautica**: “Dopo una prima esperienza in una società metalmeccanica di Ravenna, sono entrato nel 1991 in Ferretti, ricoprendo il ruolo di Amministratore Delegato dal 1995 e poi di Vice Presidente dal 2005. Nel 1996 sono anche diventato azionista della società grazie ad un’operazione di Management Buy Out (MBO). Sono stati anni di grandi soddisfazioni: insieme a Norberto Ferretti e a un team eccezionale abbiamo creato il Gruppo Ferretti, acquistando e in alcuni casi rilanciando marchi storici della nautica mondiale. Credo di poter affermare che in un decennio abbiamo rivoluzionato un settore basato su aziende familiari di stampo artigianale,

dandogli una prospettiva industriale. Nel 2008 ho poi avuto un’esperienza con Wally Yachts di Monaco, una vera fucina di innovazioni. Dal 2009 al 2011 sono stato richiamato in Ferretti, ma la situazione era tale per cui non si poteva che traghettare la società a una diversa compagine sociale che ha avviato un nuovo corso.” E un nuovo corso è partito da lì anche per il manager che ha dato vita, insieme a Luca Ferrari e Gilberto Grassi, al progetto di **Anvera**, una nuova imbarcazione che, come racconta Galeone stesso, “è un’ottimizzazione senza precedenti di dimensione, peso e potenza, un concentrato di alta tecnologia made in Italy. Anvera nasce dall’esperienza decennale maturata nelle competizioni, ma anche in settori ad alto contenuto tecnologico. Si tratta di un’imbarcazione non solo leggera, ma eccezionalmente resistente

e sicura, per la cui realizzazione è necessaria una progettazione complessa, l’uso di materiali speciali e un’attenzione ai minimi dettagli.” Una sfida nuova e appassionante che si inserisce nel contesto attuale del mercato della nautica cercando di coglierne le tendenze, che Galeone descrive con lucidità: “Dalla crisi del 2008 la nautica è stata stravolta: il mercato italiano ha perso il 90%, quello mondiale il 50% e la cosa più difficile da percepire è come la crisi ha cambiato le abitudini. Io credo che si assisterà a un’evoluzione di barche già esistenti, che dovranno corrispondere alla soddisfazione di bisogni che si saranno evoluti rispetto a quelli che siamo abituati a riconoscere oggi. Chi farà innovazione e cercherà nuove soluzioni sarà protagonista di una nautica diversa da quella che siamo abituati a vedere.” 

