

ROAD TO 2030

This decade's drivers in Sanlorenzo's vision

Cannes, 6 settembre 2022. Una conferenza inaspettata che va oltre lo svelamento di nuovi modelli, una lettura della strategia alla base dell'inarrestabile crescita del marchio negli ultimi anni ma soprattutto uno sguardo alle nuove direttrici sulle quali il Gruppo concentrerà la sua azione in questo decennio.

Alla vigilia dell'apertura del Salone che apre la nuova stagione nautica, come da consuetudine Sanlorenzo ha tenuto la conferenza stampa, come sempre sulla spiaggia dell'hotel Majestic Barrière.

Sono questi i soli due elementi ricorrenti; per tutto il resto, quella del 2022 sarà ricordata come una conferenza diversa da quelle precedenti e lo si comprende sin dal titolo - **Road to 2030** - che immediatamente rimanda ad un percorso attraverso tutto questo decennio. Una nuova visione, che il brand ha inteso condividere con la stampa.

Molto di più quindi dello svelamento delle novità 2022 dei marchi Sanlorenzo e Bluegame – l'**SP110**, l'**SD90s**, il **BG54** – che, per qualche ora nella notte hanno lasciato lo stand nel Vieux Port per presentarsi, accompagnati da musiche coinvolgenti, agli ospiti riuniti sulla banchina del Majestic.

Imbarcazioni dal successo ancora una volta annunciato, perché risultato di una strategia che negli ultimi dieci anni ha consolidato il posizionamento di quella che oggi viene sempre più spesso definita la Maison Sanlorenzo: attenzione estrema al **design**, non solo delle linee delle imbarcazioni, la cui evoluzione controllata ha reso iconiche, ma anche degli interni. Sanlorenzo, primo del settore, ha portato a bordo collaborazioni prestigiose con i più famosi nomi dell'home design, imprimendo una svolta epocale agli interni degli yacht.

Il passo dal design all'**arte** è stato quasi "naturale" per Sanlorenzo, una strada esplorata ancora una volta da pionieri nel settore dello yachting.

Pilastro fondante della strategia definita ormai quasi dieci anni fa è l'**innovazione nella tradizione**, nella costante ricerca dell'equilibrio tra la spinta all'introduzione di nuove idee e la coerenza con la storia del brand. Equilibrio che è sempre stato mantenuto con successo. Innumerevoli sono le innovazioni rivoluzionarie introdotte da Sanlorenzo nel settore ed oggi replicate dalla maggioranza dei costruttori, quali le terrazze aperte sulle fiancate degli scafi o a poppa, visti per la prima volta sul Superyacht 40 Alloy lanciato nel lontano 2007. O più recentemente, l'audace decisione di rinunciare ad un passaggio laterale da poppa a prua, a favore di un maggior volume interno e nessuna interruzione visiva tra l'interno e l'esterno. È stata la nascita della linea Asimmetrica, proposta per la prima volta sul SL106A, il cui immediato successo ha portato alla sua estensione su tutti i nuovi modelli delle gamme SL e SD.

Alla luce di questo insight, si leggono più chiaramente le ragioni alla base delle performance di Sanlorenzo nel tempo, ininterrottamente in crescita, anche negli anni della pandemia e di instabilità socio-economica, a conferma della resilienza del Modello di Business del Gruppo.

Un track-record impressionante addirittura in forte accelerazione, quello presentato in apertura della conferenza, durante la quale sono stati condivisi i dati della semestrale 2022, approvati dal Consiglio di Amministrazione nei giorni scorsi. Dati eccellenti, in particolare la **raccolta ordini** che ha superato il valore record di **1,4 miliardi di euro**,

che consentono alla società di migliorare la previsione dell'esercizio 2022: **ricavi¹ tra 720 e 740 milioni di euro**, pari a **+25%** rispetto al 2021, **EBITDA² tra 126 e 130 milioni di euro**, con un incremento del **+34%**, **utile netto tra 68 e 70 milioni di euro, +35%**.

Forte della leadership acquisita grazie a questa chiara visione, Sanlorenzo ha recentemente arricchito la sua strategia con ulteriori direttrici: **sostenibilità & tecnologia, servizi e supply chain** sono i temi imprescindibili su cui concentrerà la sua azione in questo decennio, a conferma della sua riconosciuta capacità di anticipare i tempi.

L'introduzione di innovazioni e tecnologie volte a ridurre l'impatto ambientale degli yacht è dunque al centro delle attività del dipartimento Ricerca e Sviluppo del Gruppo, il cui elevato grado di competenza ed esperienza ha permesso la sottoscrizione di accordi strategici con i più grandi player mondiali nella generazione di potenza e nella gestione di energia. I progetti in comune sono focalizzati sull'**impiego marino delle fuel cell ad idrogeno**, la vera risposta alla richiesta di sostenibilità nel settore dello yachting.

A partire dall'accordo esclusivo per yacht tra 24 e 80 metri di lunghezza sottoscritto nel 2021 con **Siemens Energy** per l'integrazione delle **fuel cell alimentate da idrogeno ottenuto dal metanolo** per la generazione di corrente elettrica a bordo, tecnologia che, prima sul mercato, vedrà la luce su un superyacht 50Steel la cui consegna è prevista nel 2024.

A questo si è recentemente aggiunto ad agosto 2022 un altro importantissimo accordo in esclusiva con **la business unit Power Systems di Rolls-Royce attraverso il suo marchio di prodotti e soluzioni mtu** per l'installazione di **sistemi di propulsione a idrogeno ottenuto dal metanolo**, soluzioni che saranno combinate con le fuel cell fornite da Siemens Energy e verranno installate inizialmente su un prototipo di superyacht Sanlorenzo la cui consegna è prevista nel 2026.

L'utilizzo del **metanolo verde**, prodotto con energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili e con CO₂ catturato dall'atmosfera, consente la generazione di potenza "**carbon neutral**": la quantità di CO₂ rilasciata nell'aria nel processo di combustione equivale a quella sottratta all'ambiente per la produzione del metanolo.

Si può definire memorabile la sfida vinta da **Bluegame**, che è stata selezionata da American Magic, challenger nell'edizione dell'America's Cup del 2024, quale partner per la progettazione e **realizzazione della prima "chase boat" con propulsione esclusivamente ad idrogeno e utilizzo di foil**, secondo i rigidi requisiti del protocollo della manifestazione. Un progetto estremamente complesso, oggi la massima espressione possibile della tecnologia sostenibile a bordo di un'imbarcazione.

Forte di questo straordinario risultato e a riprova della capacità progettuale nell'impiego dell'idrogeno nella propulsione, Bluegame ha altresì raggiunto un accordo con **Volvo Penta** per l'installazione di un **sistema pilota di propulsione IPS ibrida**, che verrà combinato con fuel cell ad idrogeno sviluppate a partire dal progetto dell'America's Cup. Sarà il modello BGM65HH (hydrogen-hybrid), che sarà varato nel 2025, ad accogliere tale tecnologia d'assoluta avanguardia.

Altro driver della strategia dei prossimi anni è l'implementazione della proposta di **Servizi dedicati alla clientela**, in coerenza con la filosofia di ricerca della massima eccellenza e con il posizionamento "*made to measure*" del Brand. Un approccio sartoriale in cui all'eccellenza della manifattura, all'elevata qualità, all'innovazione e al design, si accompagna l'esclusività del rapporto con il cliente.

Tale pacchetto di servizi, proposto esclusivamente ai clienti Sanlorenzo tramite una società dedicata che sarà costituita entro la fine dell'anno, comprende il primo programma al mondo di charter monobrand (**Sanlorenzo**

¹ I ricavi si riferiscono ai ricavi netti dalla vendita di nuovi yacht ("Ricavi Netti Nuovo"), calcolati come la somma algebrica dei ricavi derivanti da contratti con i clienti relativi agli yacht nuovi (contabilizzati nel corso del tempo con il metodo "cost-to-cost") e usati, al netto delle relative spese di commercializzazione legate alle provvigioni e ai costi di ritiro e gestione degli yacht usati in permuta.

² L'EBITDA si riferisce all'EBITDA rettificato, calcolato sommando gli ammortamenti al risultato operativo rettificato dalle componenti non ricorrenti.

Charter Fleet), programmi di formazione per i membri degli equipaggi presso la **Sanlorenzo Academy**, leasing e finanziamenti su misura e servizi di manutenzione, restyling e refitting (**Sanlorenzo Timeless**).

Di particolare rilevanza è l'**attività di charter**, che ha vissuto una forte espansione soprattutto nei periodi di contrazione della domanda di nuove imbarcazioni e conserva un elevato potenziale da esprimere. Questa proposta riscuote un particolare interesse da parte della clientela Sanlorenzo, che può cogliere l'opportunità di includere la propria imbarcazione in un programma su cui fare affidamento in quanto gestito dal cantiere. Considerate le competenze specialistiche richieste da tale attività, Sanlorenzo, a garanzia dei suoi standard di qualità ed eccellenza, ha selezionato **Equinox S.r.l.**, storica società che gode di altissima reputazione nel settore, la cui acquisizione è prevista nel prossimo quadrimestre.

In ultimo, ma non per importanza, un altro driver prioritario nella strategia di questi anni e di quelli a venire: il rafforzamento della **Supply Chain**. L'artigianalità è al centro del modello di business di Sanlorenzo, che intende stringere con i suoi fornitori e appaltatori strategici partnership sempre più strette che passano attraverso iniziative in loro supporto, quali l'estensione del proprio percorso di sostenibilità, la condivisione delle best practice, la possibilità di attingere dalla Sanlorenzo Academy personale specializzato, un supporto finanziario strutturato.

Dopo questa overview nel cuore della visione di Sanlorenzo per questo decennio, la conferenza si è avviata alla conclusione con un focus sulle novità 2022: l'**SP110 Smart Performance**, il primo, rivoluzionario open coupé nella storia di Sanlorenzo, l'**SD90s** che completa la gamma delle nuove navette dislocanti, progetto allo stesso tempo contemporaneo, innovativo e sostenibile e il **BG54**, successo annunciato sulla scia del BG72 lanciato proprio a Cannes lo scorso anno. Nuovi modelli che confermano la riconosciuta capacità del brand di anticipare i tempi e che meritano ciascuno un comunicato dedicato.

A chiusura di un viaggio a 360 gradi nella visione di Sanlorenzo, un ultimo sguardo al 2023 con l'anticipazione di due nuovi modelli che si preannunciano ancora una volta altamente differenzianti: l'**SX100** a completamento della ormai iconica gamma SX ed il **BGM75**, il primo lussuoso e sostenibile multiscafo di Bluegame.

* * *

Investor Relations

Attilio Bruzzese

Silvia Guidi

Mob. +39 337 1187188

investor.relations@sanlorenzoyacht.com

Investor Relations | Advisory

Mara Di Giorgio

Mob. +39 335 7737417 mara@twin.services

Simona D'Agostino

Mob. +39 335 7729138 simona@twin.services

Marketing & Communication

Alessandra Capozzi

Mob. +39 347 4342492 a.capozzi@sanlorenzoyacht.com

Media Relations

Luca Macario

Mob. +39 335 7478179 luca@twin.services