



Nel 1998 Luigi Foresti ha iniziato a frequentare le competizioni e a vincere la Venezia-Montecarlo e, nel 2004 e 2005, ha trionfando prima e la seconda edizione della Viareggio-Montecarlo-Viareggio.

SEMPRE IN GARA

Dinamico e intraprendente, ama il mare in tutte le sue sfumature. Un imprenditore alla ricerca di emozioni, che ha raccolto tante sfide, andando sempre fino in fondo. Guidato dall'adrenalina e dalla voglia di vincere

pensieri, parole e immagini raccolti da **Franco Michienzi**

Da sempre innamorato della velocità e della navigazione, Luigi Foresti è amministratore delegato del Gruppo Sarnico, che comprende i Cantieri di Sarnico – il presidente è Antonio Foresti, fratello di Luigi –, la Giacomo Colombo & C. (acquisita nel giugno 2007), produttrice da oltre cinquant'anni di motoscafi e day cruiser, la Sarnico II, impresa industriale campana per lo stampaggio e l'assemblaggio di manufatti in vetroresina, e Yacht Service Rapallo, società incaricata dell'assistenza e del rimessaggio delle imbarcazioni.

Qual è il bilancio di questi dieci anni di attività?

È stato un periodo molto bello e divertente. Io e mio fratello, che eravamo già armatori e amanti della nautica, ci siamo avvicinati alla cantieristica con la "scusa" di vendere generatori. Così sono nati i Cantieri di Sarnico.

Avevamo conosciuto i soci fondatori dell'azienda che ci

avevano ispirato subito fiducia. Inizialmente avevamo intenzione di aiutare una struttura con problemi di capitalizzazione, ma ci siamo poi accorti che era necessario un contributo maggiore da parte nostra nella gestione e nell'organizzazione.

Oltre al contributo economico cosa pensa di aver portato in questo settore?

Più che nel settore, dove tra l'altro sono stato io ad avere imparato molto dalle altre persone, credo di aver apportato qualcosa nel cantiere, vale a dire un certo ordine. La prima cosa che ho fatto è stata stringere un'alleanza con due architetti allora agli esordi, Nuvolari e Lenard, e credo che quella sia stata la scelta più importante.

Ho lavorato molto, poi, sull'immagine del marchio e dell'azienda, oltre che sui modelli.



Il Sarnico Spider Perla sarà presentato al Salone di Genova tra le novità e si caratterizza da una inedita coperta bianca.

Dal punto di vista costruttivo il cantiere puntava già all'eccellenza e partiva da un background molto forte, con un'impostazione indirizzata a qualità e tecnologia. Durante i primi anni ho dovuto capire la filosofia del prodotto e l'indirizzo di destinazione del marchio. Nel 2000 è iniziata poi la nostra vera gestione, con il lancio della linea Coupé Sarnico disegnata da Nuvolari e Lenard con il 65, poi con il 50, per passare al 60 e oggi al lancio della linea Spider e dal progetto di un nuovo motor-yacht.

In questi dieci anni siete cresciuti molto e avete fatto scelte importanti come la nascita di Seahorse con Cigarette e l'acquisizione di Colombo. C'è stato un fervore imprenditoriale su più fronti...

Seahorse è nata perché avevamo la necessità di fidelizzare i rivenditori considerato che la nostra gamma era piuttosto cara e molto piccola e i dealer avevano bisogno di affiancarla ad altri prodotti. Abbiamo una partnership con lbs e insieme abbiamo investito sul merca-

to dell'Adriatico con Seahorse. Cigarette è stata un'opportunità importante, che ho accettato subito perché per me si tratta di un marchio fondamentale. È la Ferrari del mare. Per quanto riguarda Giacomo Colombo è bastato un pranzo per convincermi a comprare l'azienda: si tratta di un prodotto molto simile al nostro come filosofia e come storia.

Come vede il futuro di Sarnico e Colombo?

Colombo continuerà a proporre una linea di motoscafi veloci ed esclusivi, sia nella versione sportiva che in quella classica, e presenterà, inoltre, una gamma per la famiglia, da 36 piedi in su.

Sarnico, invece, crescerà con la sua gamma Coupé e con quella Open, con cui si è affermato sul mercato e di cui l'anno prossimo presenteremo l'ammiraglia, il 75.

Non pensa di entrare in altri segmenti, come navette o fly?

In questo momento no, ma mai dire mai...

Credo comunque che sia molto importante la crescita delle risorse umane e della gestione del cantiere.



Opera in due zone che sono distretti nautici per eccellenza, il lago di Como e quello d'Iseo. Cosa rappresenta per voi il territorio?


Si tratta di due zone che danno un enorme indotto e si caratterizzano per una cultura nautica di fondamentale importanza per lo sviluppo del nostro prodotto. Oggi mancano, comunque, le scuole professionali e i supporti a questo tipo di industria, così come le facilitazioni infrastrutturali per la costruzione di queste imbarcazioni: si producono barche sempre più grandi difficilmente trasportabili al mare, nonostante le frequenti richieste per ottenere migliori burocratiche per lo spostamento.

La valorizzazione delle proprie radici può essere un modo di difendersi dalla globalizzazione?

Si tratta di un processo inevitabile, da cui ci si può difendere caratterizzando il proprio prodotto, cercando di migliorarsi tutti i giorni e puntando su design innovativo, ricerca e sviluppo, con l'obiettivo di essere sempre un passo avanti rispetto agli altri.

Come è nata l'"operazione Arcidiavolo" e qual è il bilancio?

Fondamentalmente dalla volontà di suggellare il rapporto con lo studio Victory Design di Brunello Acampora, con cui stiamo collaborando da tre anni per le opere vive.



Il progetto dello scafo del Sarnico Spider è stato affidato alla Victory Design, mentre le linee di coperta sono state tracciate dallo studio Nuvolari e Lenard.

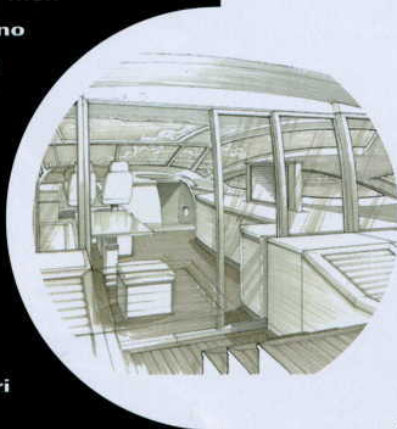
I Cantieri

I Cantieri di Sarnico nascono nel 1992 sul lago d'Iseo. La prima costruzione, il 55, è varata dopo due anni, mentre nel 1995 debutta al Salone di Genova il 45, uno dei modelli più richiesti ancora oggi. Il 1997 è l'anno del varo del 40, poi trasformato in 43, e subito dopo il cantiere è rilevato dalla famiglia Foresti. Dal 1998, con Antonio alla presidenza e Luigi nel ruolo di amministratore delegato, i Cantieri si affermano anche all'estero.

Nel 2001 sono presentati il 65 e il 58; nel 2003, poi, si inaugura lo stabilimento di Capriolo, che si estende oggi su una superficie di 10.000 metri quadrati coperti.

Nel 2004 debutta il Sarnico 50, vincitore del premio "Barca dell'anno" al Salone di Genova di quello stesso anno. Alla Fiera successiva è presentato il Sarnico 60, mentre nell'estate del 2006 è varato il nuovo Sarnico Spider.

L'azienda ha sempre investito molto sulle tecnologie di progettazione e costruzione: i sistemi computerizzati di modellazione sono impiegati per ottenere scafi più performanti e coperte perfettamente simmetriche per una maggiore solidità del manufatto. Il laboratorio di ricerca, invece, è impegnato nell'abbattimento del rumore, a bordo e all'esterno.



In questa foto, il Sarnico 50 in acqua. Naviga a una velocità di crociera di 31 nodi, con punte di massima di 36 nodi.

Nel tondo, un disegno del Sarnico 60 Gran Turismo, altra novità che sarà presentata a Genova 2008.

Ho visto il progetto di Arcidiavolo, cominciato da un altro imprenditore che poi si era arenato, e ho deciso di portarlo avanti.

È una barca in cui ho sempre creduto molto. Fare nautica non vuol dire solo business, ma anche ricerca.

È stata un'esperienza molto bella, costruttiva ed emozionante in cui i risultati spesso sono stati diversi da quelli che si pensava. La carena è davvero particolare, e la sua messa a punto ci ha fatto capire tante cose.

Ora sta diventando un prodotto industriale in piccolissima serie, ma si è trattato, più che altro, dello sviluppo di una certa filosofia.

Cosa pensa della possibilità di creare una barca ecocompatibile?

Una barca che inquina e consuma poco deve essere studiata nel minimo dettaglio. Quando abbiamo comprato i cantieri c'era in produzione il 55 piedi che pesava poco più di 16 tonnellate e faceva 42 nodi con due motori di 800 cavalli ed è un esempio di una barca che, essendo leggera, consuma poco. Di fronte al discorso della ecocompatibilità, comunque, non bisogna essere estremisti. È bene creare barche fruibili a basso consumo e impatto ambientale con le tecnologie disponibili e noi abbiamo dimostrato che è possibile già dal 1996. Credo che le mie barche siano già da "bollino verde".

Quest'anno si è avvicinato al P1 in modo più decisivo. Ci sarà uno sviluppo anche con altre barche?

No. È stata un'idea prima di tutto commerciale, anche se, vivendola, mi sono reso conto che forse c'era qualcosa di più. C'era la volontà di offrire ai nostri clienti d'imbarcazioni sportive come Cigarette la possibilità di usare le barche in un contesto competitivo, un po' come si fa con il Ferrari Challenge, il Maserati Challenge o la Porsche Cup. Abbiamo messo in piedi un team che è diventato un riferimento. Abbiamo usato una barca eccezionale e abbiamo vinto la prima gara in Tunisia lo scorso weekend, dopo vari contrattempi nelle precedenti competizioni.

Siamo alla vigilia del Salone. Cosa si aspetta?

Secondo me sarà la "Fiera della verità". La situazione bancaria internazionale ci dà qualche pensiero ma le migliori marche avranno ancora qualcosa da dire perché permangono sempre e comunque la voglia di mare. ■