

DUSSELDORF. TERRANOVA PUNTA AI MERCATI DEL NORD EUROPA

BOOT DUSSELDORF, NEWS / BY REDAZIONE / FEB 06, 2017

STAMPA L'ARTICOLO



TERRANOVA YACHTS TARGETS NORTHERN MARKETS

“L’aria della ripresa qui si respira a pieni polmoni”. **Massimiliano Zilioli**, proprietario del cantiere **Terranova**, chiude la settimana di permanenza al salone di Dusseldorf con più di un motivo di soddisfazione.

Il primo di carattere generale. “Prima a Cannes – prosegue Zilioli – e ora qui a Dusseldorf, quelli che fino allo scorso anno erano forti segnali di ripresa del comparto nautico si sono manifestati come un dato di fatto reale. **La nautica ha ripreso a viaggiare** in una dimensione ben diversa da quella pre crisi ma certamente più reale, maggiormente ancorata alla realtà dei mercati”.

In questo contesto Massimiliano Zilioli ha collocato la **presenza di Terranova al salone di Dusseldorf**. A 20 mesi dall’acquisto del cantiere e al suo trasferimento dalla Sardegna a Pisa, lo staff tecnico e progettuale messo insieme da Zilioli ha definito il nuovo volto delle navette -**in costruzione la nuova Navetta T85** – prodotte dal cantiere attribuendo loro un



carattere deciso: carene classiche, conferma di linee d'acqua marine e efficaci, interni e impianti ricollocati su un piano di maggiore eleganza e funzionalità. Con questa carta d'identità, Terranova si è presentata a

Dusseldorf con un obiettivo preciso: **puntare sui mercati del nord Europa** senza naturalmente abbandonare il presidio sui mercati mediterranei e d'Oltreoceano.

“Qui a Dusseldorf i risultati ci hanno confermato l'intuizione con cui siamo venuti quest'anno al salone tedesco. Abbiamo assistito a un **interesse fortissimo** soprattutto da potenziali armatori stranieri in gran parte provenienti dal **nord Europa**. Un pubblico molto competente, preparato, con in testa idee molto chiare a proposito di cosa desidera da una imbarcazione”.



Il main deck del nuovo Terranova 85

E conferme si parla anche a proposito del prodotto. “Esattamente - racconta l'imprenditore - questo salone è servito anche per consolidare la nostra idea di barca, per capire che la filosofia di fondo che sottende il progetto è quella vincente. Chi si è rivolto a noi in molti casi aveva già abbastanza chiaro quale fosse la nostra proposta, in che modo avessimo orientato la realizzazione degli interni di una navetta che deve dare nello stesso tempo l'emozione del viaggio e il comfort di una villa al mare. Ecco oggi possiamo dire che la nostra diversità dal resto delle proposte che ci sono sul mercato è vincente”.

Un salone che si chiude anche con qualche risultato economico su cui Zilioli per il momento preferisce sorvolare. “Diciamo che siamo oltre le semplici prese di contatto. Quando sarà il momento ne ripareremo. Intanto ci stiamo preparando alla prossima sfida, il salone di Miami.