

# Stil'è®

L'ARTE DI VIVERE IL BELLO

in copertina

**Cranchi Yachts**



**primo piano**  
**living**

**dettagli di stile**  
**filiera tessile - Como**

**arte e cultura**  
**design in tavola**

**speciale nautica**  
**focus Canton Ticino**

**mete di stile**

Lago Maggiore  
Trentino-Alto Adige  
Costiera Amalfitana

# Cover Story

## Cranchi Yachts

### Il cantiere che non si ferma

**Cranchi Yachts**, un'impresa di 156 anni che si rinnova senza smettere di essere se stessa

**C**ranchi Yachts è nata a San Giovanni di Bellagio, sulle sponde del lago di Como, nel 1870, e nel 2026 ha scelto di presentarsi con una nuova identità visiva e un nuovo posizionamento. Ma come si governa un cambiamento di questa portata senza perdere quel "fil rouge" che lega indissolubilmente l'azienda di oggi con le proprie antiche origini? Ci risponde Guido Cranchi, quinta generazione alla guida del cantiere di famiglia insieme alle sorelle Paola ed Elena.

"Cranchi non è mai stata una storia di conservazione - sottolinea - Chi ci ha preceduto non ha conservato: ha scelto".

**Andiamo un po' indietro nel tempo. Possiamo sintetizzare i momenti salienti della storia recente di Cranchi Yachts?**

"Negli anni Settanta mio padre vide nel



GUIDO CRANCHI,  
CEO DI CRANCHI YACHTS

passaggio alla vetroresina l'unica strada per costruire meglio, in modo più controllato e ripetibile. Nel settore era una scelta controcorrente, quasi incompresa. Lasciò il lago di Como, trovò un terreno paludoso a Piantedo in Valtellina e lì costruì un modello produttivo che concretizzò quella scelta: meno artigianato del singolo, più qualità garantita dal processo. Il 2026 è un momento diverso ma con la stessa logica: avevamo un brand con una storia straordinaria e una presenza internazionale consolidata, e una comunicazione che non le rispecchiava pienamente. 'A journey that never ends' non è un claim: è la descrizione più onesta di quello che facciamo da sei generazioni. Ogni barca è un capitolo di un percorso che non si chiude mai, e che non ha nessuna intenzione di farlo".



IL CANTIERE CRANCHI ALLE ORIGINI, SUL LAGO DI COMO. DAL 1870 UN'IMPRESA DI FAMIGLIA



L'A64, IL NUOVO MODELLO IN DEBUTTO A BOOT DÜSSELDORF 2027

**Con l'A32 O/B e l'A48 O/B, Cranchi Yachts entra con convinzione nel mondo del fuoribordo. Cosa significa per un cantiere con questa storia portare il proprio linguaggio su un segmento che finora aveva solo sfiorato?**

"Significa che il punto di arrivo non esiste. Nemmeno per una singola barca. Abbiamo lanciato l'A32 solo l'anno scorso, eppure per noi non è ancora finita: la versione fuoribordo ne reinterpreta lo spirito in chiave più diretta e sportiva, stesso rigore formale di Christian Grande, stesso rapporto con lo spazio, un

carattere più immediato nel contatto con l'acqua. L'A48 O/B percorre un territorio diverso, sempre con Grande: un'evoluzione del luxury tender verso una dimensione più completa, con parabrezza chiuso a inclinazione negativa, T-Top inedito e cabina armatoriale separata sottocoperta. Ogni modello che costruiamo porta con sé la possibilità di essere rimesso in discussione, reinterpretato, fatto evolvere. La tecnologia cambia, il mercato cambia, le aspettative di chi vive una barca cambiano. L'anima no. Quella resta Cranchi".

IL MODELLO A64

**“boot Düsseldorf è il salone che parla al cliente europeo più esigente, quello che sa già cosa vuole e viene lì per capire se lo abbiamo capito anche noi”**

► Il nuovo A64 verrà presentato a boot Düsseldorf 2027. Cosa rappresenta questo modello, e qual è l'idea di vita a bordo che ha guidato il progetto? “Con l'A64 ci siamo posti una domanda che sembra ovvia e non lo è: come si vive davvero uno yacht di venti metri? Come si abita, come si passa una giornata insieme, come si mangia, come si dorme, come ci si sveglia la mattina con il mare fuori e come possiamo fare in modo che questi momenti siano significativi per chi li vive. Da quella domanda è venuto tutto il resto. L'idea centrale è che il confine tra dentro e fuori su una barca è spesso artificiale, e che eliminarlo rivoluziona il modo in cui si vive lo spazio. Il salone si apre completamente con porte scorrevoli e murate abbattibili, gli stessi materiali e le stesse finiture si ritrovano dentro e fuori, senza interruzioni. Non c'è un vero passaggio: c'è una continuità. A poppa la barca si trasforma: si apre una piattaforma, si forma una chaise longue. Sottocoperta, tre cabine con bagni privati, marmo, finestrature ampie sullo scafo che portano luce e orizzonte anche negli spazi più interni. È una barca pensata per chi vuole stare in mare, non solo andarci. boot Düsseldorf è il palcoscenico giusto: è il salone che parla al cliente europeo più esigente, quello che sa già cosa vuole e viene lì per capire se lo abbiamo capito anche noi”.

**Cranchi Yachts esporta circa l'80% del fatturato. Non fermarsi mai sembra valere anche nello spazio, oltre che nel tempo. Come è cambiato il cantiere nel momento in cui ha smesso di guardare solo al mercato italiano?**

“È stata una delle scelte più coraggiose che abbiamo fatto, e l'ha fatta mio padre. Negli anni Ottanta capì che aspettare che i mercati venissero da noi era una strategia che aveva i

giorni contati. Così rinunciò alla vendita diretta e costruì una rete di dealer indipendenti: all'epoca significava cedere margine, il che per un'azienda familiare non è mai una decisione leggera. Ma quella rete è diventata nel tempo la struttura portante della nostra presenza internazionale. Oggi l'80% del fatturato viene dall'estero, e ogni mercato ci ha insegnato qualcosa. Il cliente nordeuropeo ragiona diversamente da quello mediterraneo. Quello americano ha un'idea di spazio e di comfort che non coincide con quella australiana. Stare su quei mercati davvero, non solo venderci, ci ha obbligati a diventare un cantiere migliore. Tecnicamente e culturalmente. È un effetto collaterale dell'internazionalizzazione di cui non si parla mai abbastanza”.

**Sei generazioni sono un asset raro nell'industria. Ma è anche un peso? Come si governa la continuità senza che diventi conservatorismo?**

“È una tensione reale, non la nascondo. Chi cresce in un'azienda di famiglia impara presto

IL NUOVO A32 O/B



IL NUOVO A48 O/B

che il rispetto per chi ti ha preceduto è una cosa seria, ma impara anche che quel rispetto può diventare una gabbia se non lo gestisci con lucidità. Noi lo gestiamo attraverso la governance: esiste un consiglio di famiglia in cui le decisioni strategiche vengono condivise, tra la quarta e la quinta generazione e con la sesta in presenza che viene coinvolta progressivamente, non come eredi passivi ma come osservatori attivi. L'obiettivo è trasmettere i valori, non le soluzioni. La scelta del legno era giusta per il 1870. Il passaggio alla vetroresina era giusto per gli anni Settanta. Il riposizionamento che stiamo compiendo è giusto per il 2026. Ognuna di queste scelte, al momento in cui è stata fatta, sembrava rischiosa. Eppure, eccoci qui. Un'impresa che dura sei generazioni non è un'impresa che non cambia: è un'impresa che sa quando cambiare e perché. E che ha il coraggio di farlo”.

**La settima generazione sa già che costruirà yacht?**

“Sì. Non gliel'ho ancora detto, ma lo sa”. ●