

Armatori, Cantieri

Forlì
15 Luglio 2026

Anastassov ai dipendenti: «Diventare ancora più Ferretti Group»

Il nuovo amministratore delegato torna a scrivere alle persone del Gruppo e rilancia una visione fondata su marchi, artigianalità, Made in Italy e qualità. Pubblichiamo integralmente la lettera



15 Luglio 2026 - Forlì - A poco più di due mesi dal suo insediamento alla guida di **Ferretti Group**, il nuovo amministratore delegato **Stassi Anastassov** ha inviato una lettera a tutte le persone del Gruppo per condividere le convinzioni maturate nel corso delle visite ai cantieri e degli incontri con dipendenti, armatori, dealer, fornitori, designer e artigiani.

Il documento non contiene annunci organizzativi né anticipazioni sulle future decisioni aziendali, ma rappresenta una riflessione sul valore dei marchi del Gruppo, dell'artigianalità, del Made in Italy e della qualità che caratterizzano la produzione dei sette brand della società.

La lettera riveste un interesse particolare anche per Ravenna, dove **Ferretti Group** è presente con il proprio stabilimento al **Porto San Vitale**, protagonista negli ultimi anni di un importante piano di sviluppo industriale.

Di seguito pubblichiamo integralmente la lettera del CEO

Care colleghe, cari colleghi,

Due mesi fa mi avete affidato il privilegio di guidare questa azienda. Voglio raccontarvi che cosa ho visto in questi due mesi — e in che cosa credo.

Quando vi ho scritto un mese fa, vi ho fatto una promessa: essere trasparente con ogni persona di questo Gruppo. Questa lettera mantiene quella promessa. Non contiene annunci né decisioni strutturali. È semplicemente un modo per condividere con voi le convinzioni che questi primi due mesi hanno rafforzato in me, mentre visitavo i nostri cantieri e incontravo tanti di voi. Nulla in questa lettera deve essere letto come l'annuncio di decisioni organizzative, che continueranno a seguire i normali processi di governance del Gruppo.

In questi due mesi ho visitato i nostri cantieri. Ho parlato con gli armatori. Con i comandanti. Con

i dealer. Con i fornitori. Con designer, ingegneri e artigiani. Con le persone che rispondono alla chiamata di un armatore a mezzanotte, in agosto. Ho ascoltato molto più di quanto abbia parlato.

E a tutti ho posto la stessa domanda:

«Che cosa non deve mai cambiare?»

La risposta è stata straordinariamente coerente. I nostri marchi. La nostra artigianalità. La nostra anima italiana. Quelle risposte hanno plasmato tutto ciò che state per leggere.

CHE COSA HO SCOPERTO

Sono arrivato aspettandomi di scoprire che cosa dovesse cambiare. Ho scoperto, invece, che cosa non deve cambiare mai.

L'artigianalità. L'orgoglio. Il senso di appartenenza, La pazienza. L'ossessione per il dettaglio — mano dopo mano di vernice su uno scafo Riva, applicata con la pazienza degli artisti. L'anima di ogni marchio. Il genio italiano dietro ogni yacht. Ho guidato aziende globali per più di trent'anni, in tre continenti, e non ho mai visto nulla di simile a ciò che fate ogni giorno.

Queste cose non sono il nostro passato. Sono il nostro futuro.

IL NOSTRO VANTAGGIO UNICO

Ho scoperto che il nostro più grande vantaggio competitivo non è nascosto in un bilancio. È visibile ogni giorno, in sette marchi straordinari.

La maggior parte delle aziende impiega decenni per costruire un solo marchio iconico. Noi ne abbiamo ereditati sette. Riva. Pershing. Itama. Wally. Ferretti Yachts. Custom Line. CRN. Sette icone italiane. Sette identità. Sette diversi sogni del mare.

Questo non è un portafoglio. È una responsabilità. E non può essere copiato: un concorrente può costruire un cantiere in tre anni. Nessuno può comprare 180 anni di desiderio. Ognuno di questi marchi è nato qui, in Italia. Il Made in Italy non è il nostro marketing. È la nostra identità.

IN CHE COSA CREDO

Lasciate quindi che risponda alla domanda che tutti rivolgono a un nuovo amministratore delegato: che cosa cambierai?

«Non sono venuto per cambiare Ferretti Group. Sono venuto per aiutare Ferretti Group a diventare ancora più Ferretti Group».

Vedo la mia responsabilità non nel lasciare il segno sul Gruppo Ferretti, ma nel proteggere le caratteristiche di ognuno dei nostri marchi — le impronte dei fondatori, dei designer, degli artigiani — e nel renderle ancora più preziose.

E questa è la filosofia dietro tutto ciò che faremo insieme. **La soluzione a ogni sfida di business che affrontiamo non è diventare meno Ferretti Group. È diventare più Ferretti Group.**

La qualità? — ogni yacht degno delle mani che lo hanno costruito. L'innovazione? Il coraggio che ha creato l'Aquarama, applicato al prossimo decennio. I nostri marchi? Ognuno dei sette ancora più inconfondibilmente se stesso — mai diluito, mai generico. L'esperienza dell'armatore? La nostra responsabilità non finisce quando lo yacht lascia il cantiere. Comincia.

Questa è la direzione che credo ci renderà più forti. Più orgogliosamente italiani. Più fedeli ai sette marchi straordinari che ci rendono unici. Più ossessionati dalla qualità. Più determinati a deliziare ogni armatore. E non cercheremo mai il volume comprandolo con gli sconti — il nostro compito è meritare il premium, ogni yacht, ogni anno, perché quel premium protegge la vostra artigianalità, il vostro lavoro e il vostro orgoglio.

LA STAGIONE CHE CI ATTENDE

Stiamo entrando nei mesi più intensi del nostro anno. I grandi saloni nautici — Cannes, Monaco,

Genova, Fort Lauderdale — i Global Dealer Meeting e la nostra Private Preview a Monte Carlo, dove le nostre World Premiere incontreranno per la prima volta i nostri armatori più importanti, i nostri Dealer, Broker, i Media internazionali e tutta la Yachting community. È il momento in cui un anno vostro lavoro va alla ribalta

I nostri armatori ci guarderanno. L'intera Industry ci guarderà. Mostriamo loro che cosa significano sette icone italiane quando oltre 2000 persone sono al loro fianco. Non con le parole. Con le barche, con la qualità, con il modo in cui facciamo sentire ogni armatore. Ciò che sveleremo in questa stagione sarà la prova più forte di tutto ciò che questa lettera contiene — ed è solo l'inizio.

IL MEGLIO DEVE ANCORA VENIRE

Dopo due mesi, la mia convinzione non è mai stata così forte. Il nostro futuro non si costruirà diventando qualcun altro. Si costruirà diventando la versione migliore di noi stessi.

Più orgogliosamente italiani. Più concentrati, senza tregua, sui nostri marchi. Più ossessionati dalla qualità. Più determinati a deliziare ogni armatore. Questa è la Ferretti in cui credo. E sono convinto che **il meglio debba ancora venire**.

Stassi Anastassov

Amministratore Delegato, Gruppo Ferretti 

[!\[\]\(e474458956c9a37fbf9586ddb60a7fa1_img.jpg\) LETTERA CEO FERRETTI GROUP STASSI ANASTASSOV](#)

© *copyright Porto Ravenna News*