

Gennaro Candida De Matteo

interview



Sono un architetto e da moltissimi anni mi occupo di Yacht Interior Design perché l'incontro, piuttosto casuale e carico di qualche magia, con il mondo della nautica ha poi condizionato tutta la mia vita professionale. Con altre forme e modalità credo sia accaduto qualcosa di simile alla persona che ho avuto modo di intervistare: un uomo dalla voce profonda e garbata, di quelle che staresti per ore ad ascoltare senza sosta. Un ingegnere che quel rigore e quella precisione che nell'immaginario collettivo risponde a quel mestiere li mostra in modo chiaro sin dall'inizio esordendo con una telefonata puntualissima, esattamente all'orario concordato.

Lui è Gennaro Candida De Matteo, una formazione da ingegnere meccanico, esperienze pregresse come consulente d'azienda ed una importante attività professionale in un settore specifico dell'Automotive, per poi essere rapito dal mondo della nautica iniziando, nel 2005, una lunga avventura che lo ha portato ad importanti collaborazioni con i maggiori gruppi del settore fino a diventare AD di Next Yacht Group, azienda proprietaria dei marchi MAIORA, AB Yachts e CBI Navi, storici brand con cinquant'anni di storia e successi alle spalle.

I am an architect and, for many years, I have focused on Yacht Interior Design, ever since a chance, almost magical, encounter with the nautical world completely changed and conditioned my professional life. In other forms and ways, I think something similar occurred to the person I had the opportunity to interview: a man who speaks with that warm baritone voice one could listen to for hours. He is an engineer, with all the methodical precision that the collective imagination associates with that trade, and he shows it clearly from the outset with a punctual telephone call, exactly at the time agreed. His name is Gennaro Candida De Matteo, his training is as a mechanical engineer, previous experience as a business consultant and a significant professional career in a specific sector of the automotive industry, later kidnapped by the world of boating where he began, in 2005, a long adventure that has brought him to collaborate with the top shipping groups of the sector until he became CEO of Next Yacht Group, a company officially incorporated on September 1, 2021, owner of the MAIORA, AB Yachts and CBI Navi brands, famous names with fifty years of history and success behind them.

SVEVA GIOVAGNONI La sua esperienza professionale ha preso il via da una Laurea in Ingegneria Meccanica ed una lunga esperienza in un settore specifico dell'Automotive per arrivare, nel 2005, al mondo della nautica: come è avvenuto questo passaggio?

GENNARO CANDIDA DE MATTEO Un'opportunità. Un mio ex capo mi chiama, era diventato amministratore delegato di quello che era il più grande cantiere italiano in quel momento, e mi offre l'opportunità di conoscere il mondo della nautica. La decisione definitiva poi una notte, complici la baia di Portofino e una luce che illumina nel mare un 115 piedi di un marchio prestigioso: ero pronto per il passaggio dalla metalmeccanica alla nautica.

SG Oggi Lei è alla guida di un gruppo molto importante del quale fanno parte dei marchi storici nella produzione di Yacht: quale è, secondo Lei, il vostro punto di forza?

GCDM Sicuramente l'esperienza tecnico-tecnologica, la passione per il contatto con il cliente e l'originalità progettuale che fin ora ha caratterizzato i diversi marchi MAIORA, AB Yacht e CBI Navi nell'interpretazione del prodotto. Questi sono sicuramente i punti di forza che rendono il nostro futuro più solido e ricco di opportunità di crescita.

SG Dal punto di vista dell'interior design, esiste un approccio diverso se si lavora ad un prodotto di serie o ad un prodotto che ha già un armatore?

GCDM Assolutamente sì. Fortunatamente, il designer che ha dietro un cliente, soprattutto se già conosciuto, non ha bisogno di porre limiti alla fantasia. Noi dobbiamo trasformare il frutto di quella fantasia in qualcosa che sia producibile nei tempi stabiliti, con i rischi controllati e senza trascurare l'aspetto economico.

SG Uno yacht è un progetto complicato: quale considera l'aspetto cui è necessario rivolgere maggiore impegno ed attenzione?

GCDM Lo veda come un progetto articolato nelle sue dimensioni tecniche: i peggiori errori, fatti da tutti i cantieri del mondo, hanno riguardato il sopravvalutare ed il concentrarsi sulla sola complessità tecnica della sfida. Un prodotto robusto dal punto di vista tecnico potrebbe non avere il successo di forma, la parte squisitamente estetica, e proprio la giusta combinazione tra forma, funzione e soluzione tecnica rappresenta ciò che è in grado di rendere il prodotto differente e di successo.

SG Lavora in questo mondo da molti anni: c'è qualcosa nello Yacht interior design di oggi che Le piace e che non c'era quando ha iniziato la sua avventura nella nautica?

GCDM Provi a rivedere i profili delle imbarcazioni di venti o trenta anni fa e quelli delle imbarcazioni attuali. Quello che si riconosce nel processo evolutivo, prima ancora che nelle sole linee esterne, è il modo completamente diverso con cui l'armatore può confrontarsi con il mare e con la luce; oggi gli spazi vetrati di una imbarcazione sono di gran lunga più ampi rispetto al passato e, di conseguenza, la possibilità che egli ha di essere a contatto con l'esterno. Un ulteriore aspetto riguarda il diverso modo di vivere la barca; oggi l'armatore, a bordo, vuole scegliere il proprio stile di vita e questo stile di vita lo si può realizzare cambiando il rapporto volumi esterni-volumi interni, la connettività delle aree nelle quali l'armatore può vivere, la loro fruibilità.

SVEVA GIOVAGNONI Your professional experience starts with a degree in Mechanical Engineering and long experience in a specific sector of the automotive industry. How did you happen to find yourself in 2005 in the nautical world?

GENNARO CANDIDA DE MATTEO: Opportunity knocked. A former boss of mine called me; he had become CEO of what was then the largest Italian shipyard and he offered me a chance to get acquainted with the nautical world. I made up my mind late one night, with a little help from the Bay of Portofino and a light shining on a 115 foot yacht with a prestigious brand name. I decided I was ready to leave the automobile world and sail away.

SG Now you head a very important group, owner of three historic brands of yachts: what do you think is your strong point?

GCDM Mainly our technical and technological experience, but also the passion for contact with the client and the fertile imagination that has always characterized the brands, MAIORA, AB Yacht and CBI Navi, in their interpretation of the product.

SG Those are certainly strong points that make your future look particularly solid and rich in growth potential.

From the standpoint of interior design, is there a different approach when working on mass-production with respect to working on a product that already has an owner?

GCDM There certainly is. Luckily, the designer who works for a known client doesn't need to place any limits on his imagination. Our only job then is to turn the product of their dreams into something that can be produced in the time agreed, with all the risks controlled and without overlooking the economic aspect.

SG A yacht is a pretty complicated project: what do you consider the most difficult part that requires the most attention?

GCDM You see it as a project divided into various technical dimensions: the worst mistakes, made by all the shipyards in the world, have to do with overestimating the technical complexity of the challenge. A solid product from the technical standpoint might not be esthetically satisfying. The trick is to find exactly the right combination of esthetics, function and technical solutions. That's what decrees a success.

SG You have worked in this sector for many years now: is there something about today's yacht interior design that wasn't there when you started your nautical adventure?

GCDM Try to remember how the yachts looked twenty or thirty years ago and then look at the new ones. What you recognize in the evolutionary process, even more than in the external lines, is the completely different way the owner feels about the sea and the light.



Opening: AB 100 Superfast.

In this page: Maiora 30, total view and beach area.

In the following pages: Maiora 30 Exuma.

Trent'anni di evoluzione continua per dare, a chi abita la barca, una risposta al proprio specifico bisogno di vivere il mare e la luce.

SG Secondo Lei oggi l'armatore è più presente dal punto di vista della progettazione degli spazi che andrà a vivere perché è più consapevole?

GCDM A questo punto dovremmo entrare in una segmentazione dei mercati mondiali. È evidente che gli armatori dei mercati che io chiamo evoluti hanno, sicuramente, potuto vivere un percorso e delle esperienze che li hanno portati ad entrare in maniera sempre più profonda nella definizione del contenuto del prodotto. Completamente diversa è la situazione se guardiamo ai mercati emergenti: i potenziali armatori che si affacciano per la prima volta sul mercato hanno un comportamento più di tipo emulativo che partecipativo o creativo. Per questo, i mercati più stimolanti per avere il coinvolgimento diretto dell'armatore sono quello europeo, quello americano e una parte del mercato del Middle East.

SG Avete iniziato una importante collaborazione con lo studio fiorentino Archea e con Marco Casamonti, da dove nasce questa scelta?

GCDM Intuito della proprietà, che aveva già conosciuto Marco in precedenti esperienze; dal fascino di Marco, perché basta stargli vicino per raccogliere una incredibile carica di vitalità e creatività, e poi, naturalmente, dalla necessità di Next Yacht Group di identificare una figura che indicasse un percorso coerente di stile. Tutti i grandi marchi vivono lo stimolo del proprio creativo e se lo stimolo e la capacità del cantiere riescono a fondersi perfettamente, trovano vita grandi progetti e grandi prodotti.

SG Quali obiettivi vi siete dati, nel breve e nel lungo termine?

GCDM La collaborazione con Marco è a 360 gradi. Un direttore stile non si preoccupa soltanto del prodotto nelle sue linee esterne, non solo del prodotto nelle sue linee interne, ma cura l'immagine, la comunicazione e l'identità stessa del cantiere. Questo è lo scopo della collaborazione con Marco, con il quale ci confrontiamo quotidianamente per dare ai nostri marchi quella distintività che li renderà sempre più brand di successo.

SG È importante che linee esterne e compartimentazione risultino coesi?

GCDM Da ingegnere, una delle caratteristiche che riconosco in un prodotto di successo è l'armonia. L'armonia tra esterni ed interni, compartimentazione e dettagli, è fondamentale perché aiuta a dare al prodotto finale quella integrazione che significa che tutto segue una unica linea di pensiero.

SG Parlava di dettagli. Proprio la capacità di realizzare dettagli di alto livello, da parte di artigiani altamente specializzati, può fare la differenza?

The glassed-in spaces of a modern yacht are much larger than in the past, giving him greater contact with the sea.

Another aspect concerns the different way of life aboard the yacht; these days the owner, when he's aboard, wants to choose his own lifestyle, and this can be done by changing the ratio of indoor and outdoor volumes and connectivity of the areas in which the owner can live.

It has taken thirty years of continuous evolution to give the people who live on the yacht an answer to their specific need to experience the sea and the light.

SG: In your opinion, is the owner more involved today from the standpoint of planning the spaces he will be living in because he is more informed?

GCDM At this point we would have to get into a segmentation of the world markets. Obviously, owners who operate on markets that I would call advanced, have greater experience and backgrounds that have allowed them to go much deeper into the definition of product content. The situation is completely different when we turn to the emerging markets: the potential owners who are going on the market for the first time behave more in an emulative way than in a participatory or creative way. For this reason, the most interesting markets to have a direct involvement of the owner are in Europe and the U.S., as well as part of the Middle Eastern market.

SG You've recently undertaken an important collaboration with the Florentine studio, Archea, and with Marco Casamonti. What made you decide to do this?

GCDM The owner's intuition. He'd worked with Marco in other experiences and knew of Marco's fascination, because you only need to get near him to feel a tremendous charge of vitality and creativity and then, of course, there was the need of Next Yacht Group to engage someone to be our Style Director.

All the great brands experience the stimulus of their creative director and if the stimulus and capability of the shipyard manage to merge perfectly with his vision, that's when great projects and great products come to life.

SG What are your goals in the short and long term?

GCDM To collaborate with Marco in every way. A style director doesn't just worry about the product in its internal and external lines, but knows how to build an image and publicize all the structural aspects of the shipyard as well. That's the purpose of the collaboration with Marco, with whom we meet daily to discuss how to give our brands that distinction that will make them bigger and better brands of success.

SG: Is it important for the exterior lines and compartmentalization to be cohesive?

GCDM As an engineer, one of the features that I recognize in a successful product is its harmony.

The harmony between the inside and the outside, things like good compartmentalization, details: these things are fundamental because they help to give the end product that integration where everything follows a unified train of thought.

SG You were talking about details. Do you think that the ability to provide details illustrative of high quality workmanship by specialized artisans can make the difference?

GCDM The success of a product and of the team that realizes that product is always represented by the ability of the different elements to integrate. One of the keys to the success of Italian yachts, but it's the same for the nautical industry of the Netherlands, Germany and, right now, Turkey, resides in the ability of the shipyard, designer and artisans to develop a set of common rules of the game.

SG At the moment, which of your project is your favorite and why?

GCDM Don't forget, I'm an engineer: challenges are our daily bread, so I'll always say my next project will be the most stimulating, because part of the excitement comes from not knowing what will characterize each new job. That said, the first yacht I delivered will remain in my heart and in my head forever but, as I always say, the best project is the one that makes the owner happy.

SG: Speaking of owners, if you could pick one to build a yacht for, who would it be?

GCDM Right now I'd have to say all those owners who recognize themselves in our product mission.

Anyone who enjoys an adrenalin rush can only choose an AB Yacht, anyone who dreams of an unconventional product can only choose a MAIORA, and anyone who wants a tailor-made product will certainly consider a CBI Navi.

All those who share this type of passion are the clients I would choose to work for because we would share an interest, so the result can only be fantastic.

GCDM Il successo di un prodotto, e del team che porta alla realizzazione di quel prodotto, è sempre rappresentato dalla capacità dei diversi attori di integrarsi. Una delle chiavi del successo della nautica italiana, ma analoga storia di successo l'hanno avuta la nautica olandese o quella tedesca, risiede nella capacità del designer del cantiere e dell'artigiano di sviluppare insieme uno schema di gioco comune e di successo.

SG Ad oggi, quale è il Suo progetto preferito e perché?

GCDM Non dimentichi, sono un ingegnere, la sfida fa parte della quotidianità, quindi le risponderai sempre che il prossimo progetto sarà quello più stimolante, avendo quella parte in più di fascino dettata dall'incognito che caratterizza ogni nuovo lavoro. Detto questo, la prima barca consegnata mi resterà nel cuore e nella testa per i prossimi anni ma, come dico sempre, il progetto più gratificante è quello che rende l'armatore felice.

SG Parlando di armatori, se potesse sceglierne uno con il quale collaborare alla realizzazione di uno yacht, a chi penserebbe?

GCDM Oggi le dovrei dire tutti gli armatori che si riconoscono nella nostra missione di prodotto. Chi ha la passione per l'adrenalina non può che scegliere un AB Yacht, chi ha passione per il prodotto non convenzionale non può che scegliere un MAIORA, mentre chi desidera un prodotto tagliato perfettamente su misura, certamente si orienterà su un CBI Navi. Tutti coloro i quali hanno questo tipo di passioni, sono i clienti che sceglierei, perché se si condivide una emozione comune il risultato sarà sicuramente esaltante.

