



Una donna al timone della crescita di MR. Blu Yacht & Ship “Al Salone Nautico di Genova con tre stand e un anteprima mondiale”

Laura Passavinti guida uno dei poli nautici italiani in maggiore espansione

A Genova Mr.Blu Yacht & Ship si presenta con tre stand, dieci professionisti, oltre 30 operazioni nella stagione, l'anteprima mondiale del nuovo FJORD 440

In un mercato nautico italiano ancora estremamente frammentato, composto da molte realtà specializzate e da pochi operatori capaci di integrare vendita, brokeraggio, assistenza, servizi e gestione dell'esperienza dell'armatore, c'è un'azienda che negli ultimi anni ha scelto una strada differente.

È Mr.Blu Yacht & Ship, realtà con base a Udine che si presenterà al Salone Nautico Internazionale di Genova, dal 1° al 6 ottobre 2026, con tre stand, dieci professionisti e alcune delle più importanti novità della stagione.

Ma dietro ai numeri, alle barche e ai nuovi marchi c'è soprattutto una storia imprenditoriale. Ed è una storia che ha al timone una donna.

A guidare Mr.Blu Yacht & Ship è Laura Passavinti, CEO della società, che negli ultimi anni ha accompagnato l'azienda attraverso una fase di crescita particolarmente significativa, rafforzandone organizzazione, struttura e presenza internazionale.

In un comparto ancora fortemente caratterizzato da una leadership prevalentemente maschile, Laura Passavinti rappresenta uno degli elementi distintivi del progetto Mr.Blu.

La sua guida ha coinciso con una trasformazione profonda dell'azienda: da operatore nautico fortemente radicato nel Nord-Est a realtà capace di lavorare con clienti provenienti da tutta Italia e da diversi mercati europei.

Una crescita che non nasce soltanto dall'ampliamento del portafoglio marchi, ma

soprattutto dalla fiducia conquistata presso armatori e clienti.

«I numeri sono certamente importanti, ma dietro ogni barca consegnata c'è prima di tutto una persona che ha deciso di affidarsi a noi», afferma Laura Passavinti, CEO di Mr.Blu Yacht & Ship.

«La nostra crescita nasce da questo: dalla fiducia di clienti che arrivano da tutta Italia e sempre più spesso dall'estero. Per noi consegnare una barca non significa terminare una vendita. Significa iniziare un rapporto.»

La stagione 2025-2026 è stata per Mr.Blu una delle più importanti dalla nascita della società.

Nel corso della stagione il gruppo ha consegnato oltre 15 imbarcazioni nuove e ha intermediato un numero analogo di yacht e imbarcazioni usate.

Oltre trenta operazioni complessive in dodici mesi.

Numeri che descrivono una crescita verticale, soprattutto se inseriti in un settore caratterizzato da una fortissima frammentazione degli operatori e da un mercato nel quale il cliente richiede oggi livelli sempre più elevati di competenza, affidabilità, continuità e assistenza.

Mr.Blu ha scelto di rispondere costruendo un modello differente: non un semplice concessionario, non soltanto un broker, non esclusivamente un centro assistenza.

Ma un vero ecosistema della nautica.

Alla base della strategia dell'azienda c'è infatti un principio molto semplice:

La consegna della barca è solo l'inizio.

Per Mr.Blu il rapporto con l'armatore comincia molto prima della firma di un contratto e continua molto dopo la consegna dell'imbarcazione.

Consulenza nella scelta della barca, configurazione, gestione della permuta, vendita dell'usato, finanziamento, consegna, assistenza, manutenzione e supporto operativo vengono gestiti attraverso un unico interlocutore.

È da questa filosofia che nasce il Private Yachting Office, il servizio sviluppato da Mr.Blu per affiancare l'armatore durante l'intero ciclo di vita della propria esperienza nautica.

Un modello che punta a trasformare il rapporto tradizionale tra dealer e cliente in una relazione continuativa, costruita sulla fiducia e sulla presenza costante nel tempo.

All'interno dell'ecosistema trova spazio anche Mr.Blu Key Service, il servizio tecnico e di assistenza a domicilio sviluppato dalla società.

Grazie a una vera e propria officina mobile dedicata, il team Mr.Blu può raggiungere direttamente yacht e imbarcazioni nei porti e nelle marine, intervenendo sulle necessità tecniche senza costringere il cliente a spostare la barca verso una sede tradizionale.

Una scelta che risponde a una precisa evoluzione del mercato: chi acquista un'imbarcazione di livello elevato non cerca soltanto un prodotto, ma un servizio capace di accompagnarlo nel tempo.

Ed è proprio sul post-vendita che Mr.Blu ha deciso di costruire una parte importante della propria identità.

Il Salone Nautico di Genova rappresenterà la vetrina più importante per raccontare questo percorso.

Dal 1° al 6 ottobre 2026, Mr.Blu sarà presente con tre differenti stand e un organico di dieci persone, tra area commerciale, management e assistenza tecnica.

La società porterà al pubblico italiano tre importanti novità:

il nuovo FJORD 440, presentato in anteprima mondiale, uno dei modelli più attesi della nuova generazione del cantiere tedesco; il Gozzo 42 di Apreamare, espressione contemporanea della tradizione nautica mediterranea;

e il Lomac Turismo 8.5, che amplia ulteriormente la proposta Mr.Blu nel segmento dei battelli pneumatici premium.

Tre prodotti molto diversi tra loro, ma rappresentativi della strategia della società: costruire una gamma capace di accompagnare differenti tipologie di armatore attraverso un unico ecosistema di servizi.

FJORD ITALIA: UNA REGIA NAZIONALE PER UNO DEI BRAND PIÙ RICONOSCIBILI DELL'OPEN YACHTING

La crescita di Mr.Blu si intreccia anche con il progetto FJORD Italia, realtà di cui Pietro Lucchese è Presidente e che rappresenta uno dei tasselli strategici nello sviluppo nazionale del marchio.

FJORD è oggi uno dei nomi più riconoscibili nel panorama degli open yacht contemporanei e la sua presenza in Italia viene sviluppata attraverso una struttura capace di unire attività commerciale, relazioni con gli armatori, assistenza e presenza nei principali appuntamenti nautici nazionali e internazionali.

La presentazione del nuovo FJORD 440 in anteprima mondiale al Salone di Genova assume quindi un significato che va oltre il lancio di un nuovo modello.

Rappresenta anche l'evoluzione di un progetto italiano costruito attorno a uno dei brand internazionali più distintivi nel segmento degli open yacht.

Anche per FJORD Italia il principio rimane lo stesso che ispira l'intero ecosistema Mr.Blu: la relazione con il cliente non si esaurisce con la vendita dell'imbarcazione, ma inizia realmente con la consegna.

POLTU QUATU: IL CHARTER COME ESTENSIONE DELL'ESPERIENZA CON IL BRAND X SUPERBOATS

L'ecosistema Mr.Blu non si ferma alla vendita, al brokeraggio e all'assistenza.

Durante la stagione estiva la società ha sviluppato una propria presenza operativa anche in Sardegna, a Poltu Quatu, nel cuore di uno dei territori più iconici della nautica internazionale del Mediterraneo.

Da maggio a ottobre, la base nautica ha operato con una flotta di nove imbarcazioni dedicate al charter giornaliero, accompagnando ospiti italiani e internazionali alla scoperta della Costa Smeralda attraverso un servizio improntato a elevati standard di qualità, attenzione e personalizzazione.

Anche in questo caso l'obiettivo va oltre il semplice noleggio di una barca.

Per Mr.Blu il charter rappresenta una naturale estensione del proprio ecosistema: un modo per permettere al cliente di vivere concretamente il mare, conoscere differenti tipologie di imbarcazione e avvicinarsi alla nautica attraverso un'esperienza curata in ogni dettaglio.

La base di Poltu Quatu diventa così anche un punto di incontro con una clientela internazionale e un osservatorio privilegiato sulle esigenze, sui desideri e sull'evoluzione dell'armatore contemporaneo.

Un'esperienza che rafforza ulteriormente il concetto alla base del progetto Mr.Blu: non limitarsi a vendere una barca, ma accompagnare il cliente nel modo in cui sceglie di vivere il mare.

Il 2027 rappresenterà per Mr.Blu un ulteriore passaggio evolutivo.

La società arricchirà infatti il proprio portafoglio con nuovi prestigiosi marchi, raggiungendo complessivamente 12 brand distribuiti e rappresentati sul mercato.

Tra le principali novità figurano Anvera, riferimento internazionale nel mondo dei super RIB in carbonio, con una gamma compresa indicativamente tra 12 e 20 metri; una nuova linea di Explorer Yacht, dedicata al segmento delle imbarcazioni tra 20 e 30 metri; e gli Open Tornado, con modelli compresi tra circa 12 e 20 metri.

Un ampliamento che consentirà a Mr.Blu di presidiare segmenti molto differenti della nautica: dai battelli premium agli open yacht, dai gozzi contemporanei fino agli explorer.

Un portafoglio trasversale che conferma la volontà dell'azienda di proporsi non come semplice distributore di marchi, ma come polo nautico capace di accompagnare l'armatore in esigenze e momenti differenti della propria vita sul mare.

Anche la posizione geografica racconta una parte della storia.

Mr.Blu ha scelto di mantenere il proprio centro operativo a Udine, sviluppando nel Nord-Est italiano una piattaforma nautica capace di dialogare con il mercato nazionale, con l'Adriatico e con l'Europa centrale.

Una scelta che oggi appare sempre più strategica.

La clientela dell'azienda proviene infatti da tutta Italia e sempre più frequentemente anche dall'estero.

Ed è proprio questa fiducia trasversale ad aver sostenuto la crescita della società.

«Non abbiamo mai voluto costruire un'azienda basata soltanto sui numeri», prosegue Laura Passavinti.

«Volevamo costruire un'organizzazione in grado di prendersi realmente cura dell'armatore. Il nostro obiettivo è semplice: il cliente deve sapere che, dopo aver acquistato la propria barca, noi ci saremo ancora. È questa continuità, insieme alla fiducia che riceviamo ogni giorno dai nostri clienti, ad averci consentito di crescere così rapidamente.»

Il Salone di Genova sarà quindi per Mr.Blu molto più di un appuntamento commerciale.

Sarà la fotografia di una realtà italiana che sta cercando di cambiare il modo tradizionale di interpretare il rapporto tra concessionario, broker, service e cliente.

Un modello nel quale distribuzione, vendita, brokeraggio, assistenza, charter ed esperienza a bordo diventano parti di un'unica relazione.

Dodici marchi rappresentati.

La Presidenza di FJORD Italia.

Una base nautica a Poltu Quatu con una flotta di nove imbarcazioni dedicate al charter.

Una clientela ormai nazionale e internazionale.

E una donna, Laura Passavinti, alla guida di una società che continua a crescere in un mercato tradizionalmente maschile e fortemente frammentato.

Una manager che ha saputo trasformare crescita commerciale, organizzazione, attenzione al cliente e visione internazionale in un progetto imprenditoriale sempre

più strutturato.

Ma soprattutto una filosofia che sintetizza l'intero progetto Mr.Blu:

«La consegna è l'inizio del viaggio.»

Perché, per Mr.Blu Yacht & Ship, vendere una barca non significa semplicemente consegnare un prodotto.