



Sopra e a destra foto artistiche di Jill Mathis.

IL FASCINO DEL BRONZO, LA SAPIENZA ARTIGIANALE
E TANTA TECNOLOGIA. PASSA DA QUI LA STORIA DI GUIDI,
AZIENDA PRODUTTRICE DI ACCESSORI PER LA NAUTICA
CHE, IN CINQUANT'ANNI, HA SAPUTO TRADURRE
I SUOI CODICI TECNICI, SEMPRE FEDELI
AD ALTI STANDARD DI QUALITÀ, IN

FORME D'ARTE

di Marta Gasparini (marta.gasparini@edisport.it)



Chi poteva pensare che gli accessori prodotti dalla Guidi di Grignasco in provincia di Novara, sarebbero diventati delle opere d'arte? Nemmeno Bruno Guidi, patron dell'azienda, poteva immaginarselo nel lontano 1968 quando iniziava a lanciare quello che sarebbe diventato un brand tra i leader nel mondo. Quando si parla di Italian Style viene naturale pensare all'alta moda, alle auto di lusso, ad alcuni prodotti agroalimentari e ad altro ancora, difficilmente verrebbe in mente di includere nell'elenco "pezzi da fonderia" come filtri di depurazione, valvole antiblocco, scarichi e prese a

mare, raccorderia e accessori idraulici per barche e superyacht. Invece ci sono anche questi e sono apprezzati proprio per il loro Dna tutto italiano.

Guidi, attraverso i suoi manufatti, si è fatto conoscere e apprezzare a livello internazionale grazie anche a una visione aziendale che va oltre il prodotto e abbraccia il sociale, l'ambiente, l'arte e fa parte di diritto di quel gruppo di imprese italiane che hanno il privilegio, conquistato con duro lavoro e scelte mirate, di aver resistito meglio alla crisi. Ce ne parla il fondatore, Bruno Guidi, oggi affiancato dai figli Daniele e Alessandro.



Il 2018 si è chiuso positivamente sia sul fronte dell'andamento degli ordini che per il 50esimo anniversario dell'azienda. Una storia lunga, ce ne parla?

«Ho iniziato mezzo secolo fa lavorando per terzi in una zona dove c'era una lunga e collaudata tradizione nel campo della rubinetteria civile. A quell'epoca bastava avere voglia di lavorare per cominciare, ma la mia idea era di andare controtendenza rispetto alla produzione tradizionale del luogo. Mia madre era di Goro in provincia di Ferrara, un paese che viveva di pesca e dove tornavamo per le vacanze estive. La mia infanzia è stata popolata da pescherecci, meccanici, officine e motori; mi piaceva osservare gli uomini al lavoro, assistere alle loro conversazioni e imparare. All'epoca si utilizzavano i motori Farymann e, una volta adulto, cominciai con il fornire alla ditta che li importava le pompe per il cambio dell'olio. Sono partito da Borgosesia, in

uno spazio di 50 metri quadri con un tornio, una mola e un trapano e nel 1968 ho fondato la Guidi. Oggi l'azienda significa uno stabilimento di 8.000 metri quadri, più di 4.000 articoli a catalogo, trenta dipendenti e un fatturato cresciuto del 5 per cento nel 2018. Negli anni più difficili siamo sempre andati avanti con le nostre forze in collaborazione anche con fornitori e clienti, senza mai licenziare nessuno».

Quanto esportate all'estero e quanto pesa la domanda interna?

«Siamo presenti in tutto il mondo con una costante espansione sui mercati internazionali destinati del 50 per cento della produzione, il resto va al mercato italiano che è finalmente tornato a comprare. Le aree di maggiore attenzione sono l'Europa e il Medio Oriente, la crisi ci ha insegnato l'importanza della diversificazione. Il 20 per cento circa della produzione, inoltre, è riservato all'idraulica civile».

Quali i clienti e le dimensioni delle imbar-

cazioni che assorbono gli accessori Guidi?

«Non ci sono limiti di taglia, siamo a bordo di natanti e superyacht. I nostri clienti sono in primis i cantieri e i distributori. Vendiamo ai grandi gruppi tra cui Azimut, Ferretti e a Swan, Baltic, Hallberg-Rassy e a diversi cantieri francesi, mentre i grossisti, soprattutto all'estero, fungono da grandi centri di distribuzione dove i costruttori effettuano i loro acquisti».

Quanto pesa il costo della materia prima dei vostri accessori in termini di prezzo?

«Per alcuni prodotti anche il 50 per cento, ma l'affidabilità in mare non ha prezzo, siamo sicuri di quello che vendiamo».

L'importanza del capitale umano in Guidi?

«Cerchiamo di lavorare facendo star bene la gente. Nella nostra azienda il tasso di fedeltà è verticale: alcuni dipendenti sono entrati a 15 anni e usciti dopo 40 anni di servizio. La nostra è una grande famiglia basata su un rapporto di rispetto e amicizia. Ho visto crescere generazioni, passare

Guidi ha festeggiato il mezzo secolo di storia con una serata di gala nel centro di Milano (foto a sinistra).

Durante l'evento Bruno Guidi ha mostrato come dovrebbe essere a tutto tondo un'azienda per essere definita un'eccellenza del made in Italy. Concetti "raccolti" insieme ai prodotti in un'area che voleva offrire agli invitati il vero spirito dell'azienda.

A lato da sinistra, Bruno Guidi con i figli Daniele e Alessandro (foto Jill Mathis).

Sotto, l'unità produttiva di Grignasco in provincia di Novara in Piemonte.



più di 200 persone che hanno lasciato la loro eredità di esperienza ai più giovani. Vogliamo costruire flussi aziendali veloci e snelli, progetti per migliorare le condizioni di lavoro, il servizio ai clienti e i rapporti con i fornitori. La formazione sulla sicurezza è continua così come i corsi per l'utilizzo delle apparecchiature, visti gli importanti investimenti in tecnologie, macchinari e la continua attività di ricerca e sviluppo di nuovi prodotti».

Siete conosciuti come un'azienda che opera responsabilmente nel proprio ambiente e contesto sociale. Ci spiega come?

«Partiamo dalla scelta dei materiali: disporre di una materia prima di elevata qualità significa durabilità nel tempo e ci aiuta ad andare verso una produzione sempre più sostenibile. Solo così si consuma meno e si ricicla: un pezzo anche dopo venti anni può essere recuperato, fuso e riutilizzato. Inoltre, il fatto di vivere in una valle bellissima ci spinge a rafforzare

quotidianamente il nostro impegno con l'ambiente».

Siete anche impegnati nel sociale.

«Siamo attivi nel supporto di una casa di riposo locale per la cura di persone affette da Alzheimer dove attraverso l'art therapy e tecniche come la pittura, il paziente riesce a dare libero sfogo a pulsioni inconscie, una sorta di valvola di sfogo benefica. Per loro organizziamo mostre e momenti di aggregazione dove vengono esposti i disegni realizzati dai pazienti dell'hospice».

I vostri prodotti sono difficili da immaginare in un ambiente artistico. Come nasce il binomio Guidi e l'arte?

«Abbiamo trasformato i nostri accessori in opere d'arte in marmo e in fotografie realizzate da artisti italiani e internazionali. Tutto è nato dieci anni fa in occasione del quarantesimo anniversario dell'azienda e questo percorso di "moderno mecenatismo" prosegue ancora oggi».

Siete ex soci Ucina e ora in Nautica Italia-

na. Come vede la situazione conflittuale in cui operano le due associazioni?

«Sono entrato in Ucina nel 1985 e abbiamo partecipato al Salone di Genova fino al 2014, anno in cui abbiamo abbandonato l'associazione per entrare in Nautica Italiana di cui mio figlio Daniele oggi è vicepresidente. Credo, comunque, che sia più che mai necessaria una fase di dialogo: il settore della nautica ha bisogno di fare squadra per essere sempre più competitivo a livello globale».

Infrastrutture, il Piemonte e l'Italia in generale sono affamati di collegamenti. La sua posizione.

«Per tutte le aziende piemontesi i collegamenti sono essenziali così come promuoverne la realizzazione. Facciamo anche parte di Api (Associazione Piccole e Medie Imprese n.d.r.) e attraverso la nostra partecipazione attiva non manchiamo mai di far sentire la nostra voce nelle sedi più opportune».