BARCHE®

FULL ENGLISH TEXT

MONTHLY INTERNATIONAL YACHTING MAGAZINE - SINCE 1993

In edicola dal 24 Aprile - MAY 2024 - Poste Italiane s.p.a. - Spedizione in Abbonamento Postale - D.L. 353/2003 (convertito in Legge 27/02/2004 n° 46) art. 1, comma 1, LO/MI

SUPERYACHTS

Benetti B.Now 50M *Alunya*

SHIPYARDS

- Mar.Co
- Sunreef Yachts

COMPANIES

- Guidi Srl
- RINA

BOATS

- Riva 82' *Diva*
- Palm Beach *70*
- Nuova Jolly *Prince 38 CC*

PEOPLE

- *Pierangelo* Andreani
- *Federica* Bertolini
- *Fiorella* Besenzoni
- *Vittorio* Piozzo

SPECIAL
Valérie
Messika

COVER

ARCADIA A96

ISSN 1124-3732

ANNO//year 31 • N° 5 • AUT 11,50 € • BE 9,00 € • Côte d'Azur 10,60 € • F 10,50 € • D 11,50 € • PTE CONT. 8,00 € • E 8,00 € • CH 10,50 Chf • CH CT 10,00 Chf | Maggio//May 2024 | Italy only 7 €

Companies

Un *bronzo* che vale oro

A bronze that's worth gold

MATERIALI AFFIDABILI, AUTOMAZIONE E INNOVAZIONE. PER AVERE UN PRODOTTO FINITO DI GRANDE QUALITÀ, NESSUNO DI QUESTI PASSAGGI PUÒ ESSERE SCARTATO. GUIDI LO SA E LO FA DAL '68
RELIABLE MATERIALS, AUTOMATION AND INNOVATION: IF YOU WANT A HIGH-QUALITY END PRODUCT, YOU NEED ALL THREE. GUIDI KNOWS THIS VERY WELL AND HAS BEEN PRODUCING TOP-QUALITY ACCESSORIES SINCE 1968

by Niccolò Volpati
photo by Andrea Muscatello

© photo by Enrica Pastore.

L'azienda, ancora oggi, detiene ben 13 brevetti, tutti registrati a suo tempo dal fondatore, Bruno Guidi.

The company still holds 13 patents, all of which were originally filed by founder Bruno Guidi.

Basta guardarla da fuori per rendersi conto di che tipo di azienda si tratta. La sede di Guidi a Grignasco, in Valsesia, è una propaggine di una villa familiare. Una propaggine molto grande e in crescita tanto che l'ampliamento in corso prevede ben 1.155 m² aggiuntivi. L'ho visitata in lungo e in largo, mi hanno raccontato la sua storia, iniziata nel 1968 quando fu fondata da Bruno Guidi. Il figlio Daniele, responsabile qualità e sostenibilità, mi ha spiegato i progetti presenti e futuri e suo fratello Alessandro, responsabile della produzione, mi ha mostrato il processo di lavorazione dei tanti prodotti a catalogo. È una tipica azienda famigliare, ma questo non significa "piccola". È grande per fatturato, per quantità di prodotti, per materiali lavorati, per tecnologie applicate e per leadership. Come tante aziende che caratterizzano il nostro sistema produttivo. Le chiamano PMI, acronimo di Piccole Medie Imprese, ma sono la spina dorsale della nostra economia. Bruno Guidi ha espresso sin dall'inizio il gusto del creare, dell'innovare e del realizzare, dotato di intuito e di buoni ideali è stato capace di integrarsi sul territorio, attento alla cultura e all'arte, è stato in grado di attraversare con costanza e tenacia tutte le congiunture economiche di un settore complesso come quello della nautica da diporto. Alla fine degli anni '60 Bruno Guidi lavorava in un'azienda che produceva rubinetterie e valvole idrauliche. Il suo spirito imprenditoriale era alimentato da una spinta forte e diffusa nell'Italia di quegli anni. Non aveva però voglia di fare ciò che già si produceva in Valsesia e si mise quindi a realizzare accessori per la nautica. E oggi è ancora così: valvole antiblocco, prese e scarichi a mare, filtri, flange e raccordi. Gli articoli a catalogo sono ben 4.200. Guidi System, ad esempio, è un kit di prodotti che comprende presa a mare, valvola a scafo, filtro e i raccordi per tenerli insieme per il raffreddamento degli impianti di bordo. La maggior parte dei prodotti che escono dal magazzino di Guidi finiscono sugli yacht, a parte quelli per la raccorderia civile e industriale. *"I direttori tecnici dei grandi cantieri italiani* – ricorda Daniele Guidi – *ci chiedevano di risolvere i problemi che avevano le imbarcazioni. Sono nati così alcuni dei nostri prodotti più di successo. C'era un'importante sinergia tra cantiere e fornitore e c'era la voglia di innovare, di trovare delle soluzioni, come quelle che impedissero alla salsedine di bloccare le valvole".* Tanta innovazione, da sempre e l'intuizione di proteggerla con i brevetti. L'azienda detiene ben 13 brevetti, tutti registrati a suo tempo dal fondatore, Bruno Guidi. L'altra scelta indovinata è stata quella del bronzo, che è diventato un vero e proprio marchio di fabbrica. La qualità di un prodotto finito parte proprio dalla scelta dei materiali e il bronzo è molto meglio della plastica. Si ricicla al 100%, cosa che non è possibile con la plastica, e, infatti, tutti gli scarti di lavorazione del metallo vengono recuperati per essere fusi nuovamente e riutilizzati. Inoltre, il bronzo è più resistente, non si altera e non soffre la corrosione galvanica. Del resto, la tipica espressione "faccia di bronzo", significa sfrontatezza, ma è usato anche per descrivere una persona che ha un'espressione immutabile. E così sono i prodotti Guidi. Immutabili, fatti per durare nel tempo, per dare garanzie, per non essere sostituiti spesso. Anche le dimensioni contano e l'azienda non risparmia peso. La quantità del metallo utilizzata è quella giusta per non andare mai in crisi. Non c'è solo il bronzo, ovviamente, ma anche alluminio, ottone e acciaio. *"Collaboriamo da quarant'anni con delle fonderie italiane* – racconta Alessandro Guidi – *che lavorano sui nostri disegni. Noi compriamo il metallo e loro ci forniscono il semilavorato. Una volta entrato*

Guidi nasce nel 1968 a Borgosesia e nel 1991 si sposta a pochi chilometri di distanza nella attuale sede di Grignasco, non distante dal Lago d'Orta e dal Lago Maggiore. Oltre a Bruno Guidi, fondatore, ai vertici dell'azienda ci sono i figli Daniele e Alessandro che hanno iniziato la gavetta molto presto. Ai quasi 2.000 m² attuali, si stanno aggiungendo ulteriori 1.155 m² di ampliamento della sede. I prodotti a catalogo sono 4.200, il fatturato nel 2023 è cresciuto del 10% rispetto a quello dell'anno precedente. Guidi detiene 13 brevetti e ha 3 certificazioni ISO, quella ambientale, quella della qualità e quella della sicurezza sul lavoro. È distribuita in 53 Paesi nel mondo e dallo scorso anno, ha aperto la Guidi America per servire ancora meglio il mercato americano, anche per il refitting.

Guidi was founded in 1968 in Borgosesia and in 1991 moved a few kilometres to its current premises in Grignasco, not far from Lake Orta and Lake Maggiore. The company is managed by Bruno Guidi and his sons Daniele and Alessandro, who joined the company at an early stage. The current premises, with a surface area of almost 2,000 m², are being extended by a further 1,155 m².
The catalogue contains 4,200 products and the turnover in 2023 was 10% higher than the previous year. Guidi has 13 patents and 3 ISO certifications: environmental management, quality and occupational safety. Its products are sold in 53 countries around the world, and last year Guidi America was opened in order to strengthen its presence on the American market, including the retrofitting sector.

Daniele Guidi, Quality & Sustainability Manager. Bruno Guidi, fondatore. Alessandro Guidi, responsabile di produzione.

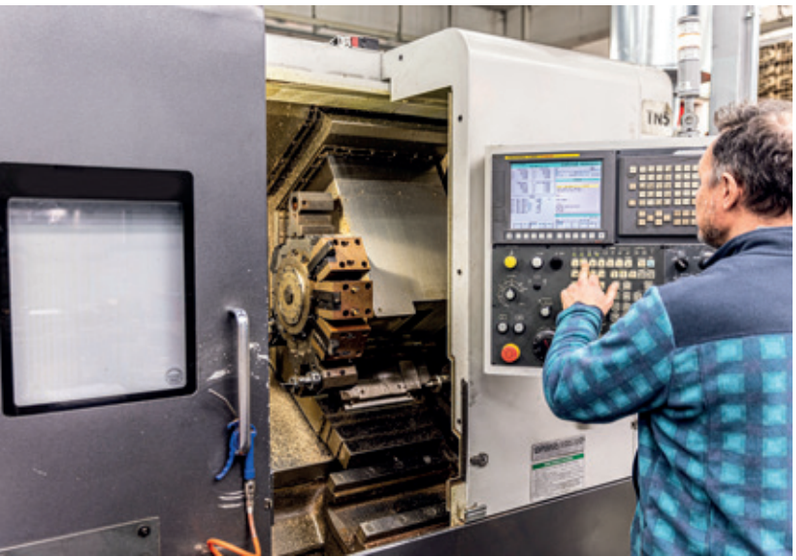
Daniele Guidi, Quality & Sustainability Manager. Bruno Guidi, founder. Alessandro Guidi, production manager. Photo by Enrica Pastore.

in azienda viene controllato, lavato, tornito e fresato". "Tutto viene collaudato al 100% per essere certi della qualità dei prodotti che realizziamo", aggiunge Daniele. Un dato fondamentale dell'azienda è il livello di automazione. I macchinari sono tanti e gestiti da personale altamente specializzato. I numeri dei pezzi prodotti, la vastità del catalogo, i Paesi nei quali sono presenti e distribuiti, sono quelli di una realtà industriale. E tutto questo con soli 35 dipendenti, divisi tra uffici, produzione e magazzino. L'innovazione quindi non riguarda solo il prodotto, ma anche il modo di realizzarlo. Merito di un investimento, che non nasce certo oggi, in macchinari, robotizzazione e automazione. Anche l'ampliamento della sede che porterà a 1.155 m² aggiuntivi entro l'anno prossimo, è stato progettato prendendo in considerazione le soluzioni più innovative. Il magazzino, infatti, crescerà in altezza, con una moderna struttura verticale, che permetterà di ottimizzare gli spazi all'interno dell'azienda. Non solamente più metri quadrati, ma anche sfruttati meglio. Infine, c'è la vendita, e anche questa è improntata all'efficienza. Avviene attraverso dei distributori, quasi mai in maniera diretta. L'anno scorso è stata fondata Guidi America con scopo prevalentemente commerciale. L'obiettivo, che inizia a dare i suoi frutti, è quello di intercettare anche la forte richiesta di refitting che arriva da Oltreoceano. Per molti anni tra Italia ed estero, la percentuale delle vendite era perfettamente divisa a metà. *"Ultimamente* – afferma Daniele Guidi – *la bilancia si è spostata leggermente a favore del mercato italiano, non perché abbiamo perso clienti all'estero, ma semplicemente perché i cantieri italiani stanno producendo tantissimo e quindi hanno anche aumentato le richieste".*

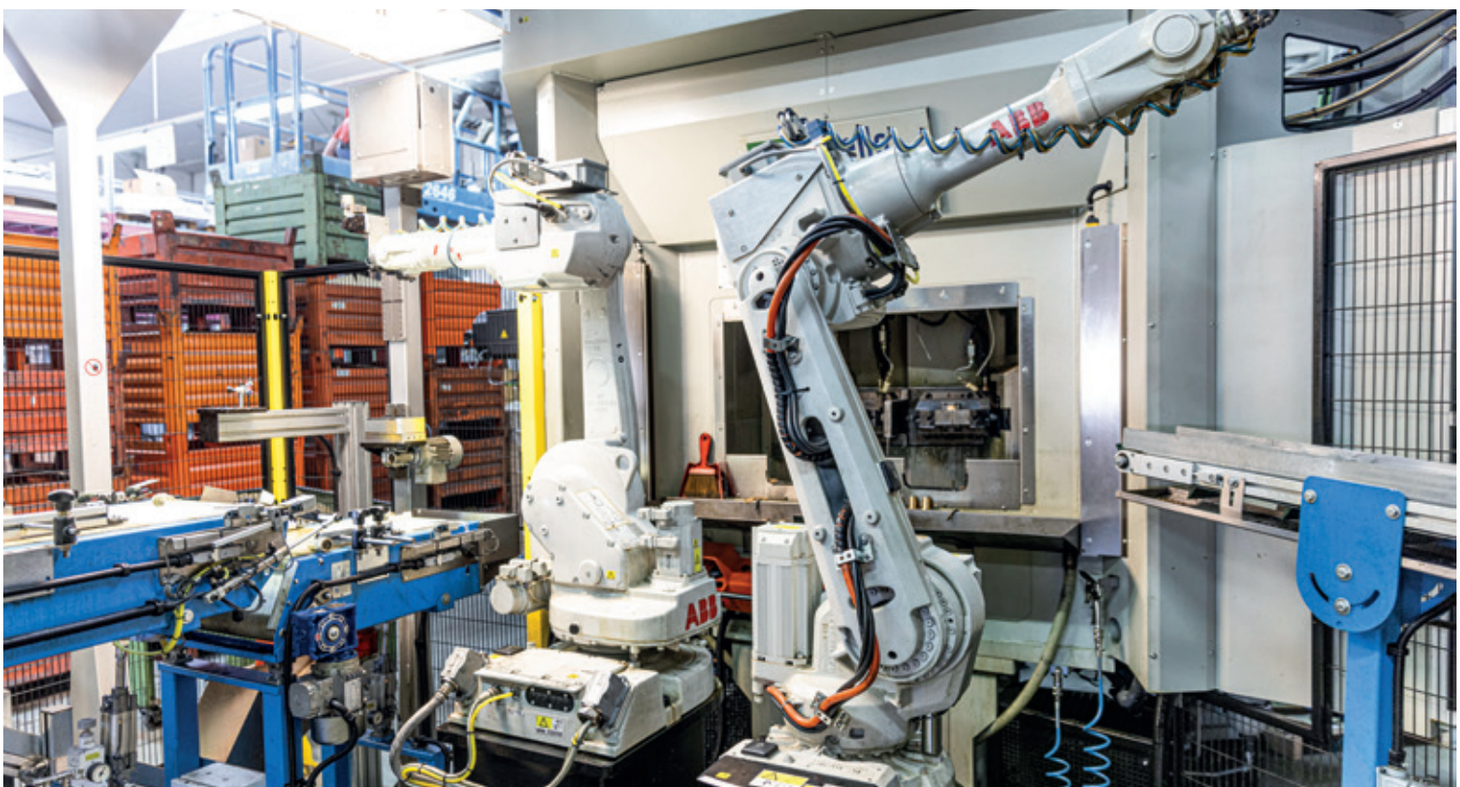
You only have to look at the premises from the outside to get a good idea of what kind of company it is. Guidi's headquarters in Grignasco, in the Valsesia region of Piedmont, northern Italy, is an extension to a family home. A very large extension and still growing: the current expansion project will add an impressive 1,155 m² of floor space.
I was given a thorough tour and learned about the history of the company, starting with Bruno Guidi's founding in 1968. His son Daniele, Quality and Sustainability Manager, explained current and future projects, while his brother Alessandro, Production Manager, showed me how the many products in the catalogue are made. Although a typical family business, it is by no means small: like many Italian manufacturing companies, it punches above its weight in terms of turnover, product range, number of materials processed, technologies used and leadership. They may be called SMEs - small and medium-sized enterprises - but they are the backbone of the Italian economy. From the very beginning, Bruno Guidi showed a desire to create, to innovate and to make things happen. Idealistic, insightful and with great artistic and cultural sensitivity, he found a way to integrate himself into the local environment, while his tenacity and perseverance helped him to survive all the economic fluctuations of the complex yachting sector. At the end of the 1960s, Bruno Guidi worked for a company that manufactured hydraulic fittings and valves. He had an entrepreneurial spirit, fuelled by the widespread desire to promote business in Italy at the time. However, he did not want to copy what was already being made in Valsesia, so he started producing boat accessories instead. And Guidi's focus remains the same today: it manufactures non-stick valves, water intakes and thru-hulls, water strainers, flanges, fitting. The company has an impressive 4,200 items in its catalogue. Guidi System, for example, is a unique kit for cooling on-board systems that includes a water intake, a hull valve, a filter and the fittings to hold them all together. Most of the products that leave Guidi's warehouse end up on yachts, with the exception of certain fittings with civil and industrial applications. *"The technical directors of Italy's top shipyards asked us to solve the problems they were having with their boats",* recalls Daniele Guidi.

Guidi System è un kit di prodotti che comprende presa a mare, valvola a scafo, filtro e i raccordi per tenerli insieme.

The Guidi System is a kit that includes a water intake, hull valve and strainer, and the fittings to hold them all together.



I prodotti Guidi sono immutabili, fatti per durare nel tempo, per dare garanzie e per non essere sostituiti spesso.

Guidi products are unchanging and built to last, designed to provide peace of mind and not require frequent replacement.

"This is how some of our most successful products were born. There was a lot of synergy between the shipyard and the supplier, and we wanted to innovate and find new solutions, such as ways to prevent salt from blocking the valves". Not only has innovation always been at the heart of the business, but it has also been wise to protect it with patents. The company owns 13 patents, all of which were registered by founder Bruno Guidi. The use of bronze was another excellent choice; it has become a true trademark of the brand. A high quality end product starts with the choice of materials, and bronze is much better than plastic. It is 100% recyclable, something that cannot be achieved with plastic, and all the metal waste from the manufacturing process is collected, melted down and reused. Bronze is also more durable, does not warp and does not suffer from galvanic corrosion. In Italian, the expression faccia di bronzo ('face of bronze') is used to describe someone with an unwavering expression. And this is the face of Guidi's products: unchanging and built to last, designed to give peace of mind and not to be replaced often. Size matters too, and the company does not skimp on weight. It uses just the right amount of metal to avoid getting into trouble. Not only bronze, but also aluminium, brass and steel. *"We have been using Italian foundries to produce our designs for forty years",* explains Alessandro Guidi. *"We buy the metal and they supply us with the semi-finished products. When they arrive, we check them, wash them, turn them and mill them". "Everything is fully tested to ensure the quality of our products",* adds Daniele. Automation is an important feature of the company. There is a lot of equipment, all operated by highly specialised staff. They compete with industrial-sized companies in terms of the number of units produced, the size of the catalogue and the countries in which they supply or operate. But they do it with just 35 people, divided between the company's offices, production area and warehouse. Innovation is therefore not limited to the products, but also to the way they are made, thanks to years of investment in equipment, robotics and automation. The expansion of the company's headquarters, which will add 1,155 m² to the site by the end of next year, also includes some highly innovative solutions. The warehouse will be raised, with a modern vertical structure that will optimise the use of the additional space. Finally, the sales process is also designed for efficiency. It is managed through distributors, with little direct contact with customers. Guidi America was created last year, mainly for commercial aims. The aim, which is beginning to bear fruit, is to take advantage of the high demand for retrofitting on the other side of the Atlantic. For many years, sales were split exactly 50/50 between Italy and abroad. *"Recently"*, says Daniele Guidi, *"the balance has shifted slightly in favour of the Italian market, not because we have lost foreign clients, but simply because Italian shipyards are producing a large number of boats and have increased their orders".*