SUPER YACHT 24

Il quotidiano online del mercato super yacht

SUPPLIERS

Per Guidi il mercato italiano cresce e tocca il 55% delle vendite

Dopo anni di pareggio quello nazionale ha superato l'estero. In fase di completamento l'espansione del sito produttivo

DI **ALBERTO MARIOTTI** | 28 NOVEMBRE 2024

Amsterdam (Olanda) – La spinta verso l'innovazione ha caratterizzato la partecipazione di Guidi al Metstrade di Amsterdam, l'evento B2B di riferimento per l'accessoriato nautico a livello mondiale. Tra le principali novità presentate ci sono un giunto compensatore, sviluppato e prodotto in Italia in collaborazione con la Isopren di Milano; un prototipo della versione aggiornata del kit Guidi System e una valvola flangiata predisposta per la certificazione secondo la norma Abyc H-27 luglio 2021 realizzata in bronzo, a passaggio totale, con leva orientabile. In arrivo anche una nuova presa a mare in bronzo dedicata alle imbarcazioni ad alta velocità. SUPER YACHT 24 ha parlato con Daniele Guidi, Quality & sustainability manager per un commento sul mercato e sull'espansione dell'azienda verso nuovi orizzonti.

Come si sta chiudendo l'anno per Guidi?

"Il 2024 si avvia verso la chiusura con risultati di fatturato sostanzialmente in linea con quelli già ottimi del 2023, un segnale della solidità del mercato nautico, che sta continuando nella sua tenuta complessiva a livello globale anche dopo anni di crescita impetuosa, ma anche della validità delle scelte strategiche dell'azienda. Il mercato maggiore è l'Italia, i cantieri che stanno crescendo di più sono quelli italiani e di conseguenza anche noi cresciamo. Per la prima volta la percentuale di vendite tra Italia e estero non è più pari, quella dell'Italia è salita al 55%. Naturalmente siamo consapevoli del fatto che sarà difficile mantenere gli stessi ritmi anche in futuro e abbiamo captato alcuni segnali di rallentamento in certi segmenti del mercato nautico. È altrettanto vero però che abbiamo anche individuato settori e aree geografiche dove possiamo crescere ancora molto e gli sforzi futuri saranno diretti principalmente in queste direzioni".

A quali mercati si riferisce?

"Ci sono tanti mercati dove siamo presenti ma ancora non in modo efficace, penso al Sudafrica, il Far East e il Sud America. In Europa il mercato è fatto soprattutto da Italia, Francia, Polonia e Florida per gli Stati Uniti".

A che punto è l'ampliamento degli stabilimenti?

"Siamo arrivati quasi a metà dei nostri progetti di ampliamento ed è pronta la parte di accettazione dove entrano le materie prime e i semi lavorati. Abbiamo anche ampliato in parte la zona produzione, il lavoro maggiore sarà spostare i macchinari e fare posto a tre nuove macchine in arrivo. Inoltre a breve inizieranno gli scavi per ampliare del 50% il magazzino dei prodotti finiti. In totale la superficie nuova sarà poco più di 1.000 mq. E siamo in attesa dei permessi per creare una superficie simile in un pezzo di terreno adiacente al nostro, sempre da dedicare ai magazzini".

Quanto avete investito?

"Abbiamo superato i due milioni di euro, è un momento in cui possiamo e dobbiamo investire in macchinari, in spazio e nella nuova azienda negli Stati Uniti. Sicuramente non ci fermiamo, anche se dovesse esserci un momento di frenata questo non ci impedirà di investire sul mercato".

Come è andato il primo anno con la nuova filiale negli Stati Uniti?

"Siamo contenti, stanno nascendo nuovi progetti e vedo un buon interesse, le prospettive sono positive. A capo di Guidi America c'è Jospeh Schneider, una persona conosciuta e ben introdotta nel mercato. Questi primi 12 mesi sono stati interessanti per capire meglio cosa vogliono gli americani e che tipo di magazzino dobbiamo avere, perché la merce arriva tutta dall'Italia. Al momento abbiamo già mezzo milione di dollari di materiale nella nostra sede a Saint Augustine, sul versante atlantico della Florida. Le fiere sono andate bene e quindi siamo soddisfatti e gli americani hanno visto che esistiamo".

Ha notato abitudini diverse da parte dei cantieri?

“Anche grazie a Jospeh Schneider ho notato quanto sia facile parlare con gli americani, sono disponibili e pronti ad aiutare, anche perché tu potresti essere interessante a livello di business e capace di risolvere dei problemi. Sono gentili e con la gentilezza può nascere qualcosa a livello di business e non lo demonizzano come invece succede più spesso in Italia e anche in Europa, dove si tende invece a divedere business e vita”.

Come è composto il mercato americano?

“Negli Stati Uniti ci sono meno cantieri che in Europa nel nostro target, quello dai 24 ai 60 metri, ma c’è tanto refitting e molti costruttori che fanno imbarcazioni per la pesca sportiva e piccole barche, settori dove c’è interesse. Cerchiamo di arrivare ad un punto di stabilità finanziaria per la filiale e poi da lì vedremo cosa può portare. Una crescita in questo mercato servirebbe anche da cuscinetto nel caso di un calo in quello europeo”.