

TANTE NOVITÀ PIENE DI ENERGIA

LA CINA ALLA GUERRA DEI DATI

INCHIESTA
SALVATE
IL SOLDATO
KIEV

A TU PER TU CON LA CRYPTOSTAR CZ

OROLOGI, SCOCCA L'ORA DELLE NOVITÀ

GIUGNO, 2022

Forbes

Italia 4,90 euro - CH CT11_30 Cif - Côte d'Azur 9,00 euro - Anno 7 - N° 56 - Giugno, 2022 - Periodicità: mensile - Prima immissione: x/x/2022
Mensile - Poste Italiane Spa - Spedizione in abbonamento postale D. L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n. 46) Art. 1 comma 1 LO/MI

COVER STORY

I GIOIELLI DELL'OSPITALITÀ

UN'ESTATE DI LUSO NEGLI HOTEL PIÙ ESCLUSIVI

MANUEL D'AVANZO
DIRETTORE GENERALE DI SOLIDO HOLDING

Classifiche

Messi batte Ronaldo
Gli sportivi più pagati



La nautica nel sangue

Michele Marzucco ha reso Quick Spa leader nel settore in 30 anni: “Il cantiere la mia università”

di Piera Anna Franini

Corre il 1982. Michele Marzucco ha 22 anni, è cresciuto a Ravenna dove papà carabiniere e mamma sarta sono emigrati lasciando la Puglia. In tasca ha un diploma di perito elettrotecnico, per un anno fa il tecnico di bordo, occupandosi di riparazione e installazione di apparecchiature elettroniche. Ma all'alba del 1983 lancia - con il socio Alfonso Peduto - un'azienda tutta sua: PM Marina, specializzata nella commercializzazione, installazione e gestione del post vendita di elettronica navale, impianti di refrigerazione, condizionamento, riscaldamento e impianti elettrici.

Nel 1992 il gran salto. A Ravenna acquista Quick, la rivoluziona portandola ad affermarsi come azienda leader negli accessori per la nautica. Oggi Quick Spa conta 265 dipendenti in Italia, più una controllata negli Usa e una in Inghilterra. L'ultimo fatturato tocca i 46 milioni e il previsionale arriva a 55.

“Siamo figli di un'area geografica con la nautica nel sangue. La mia università è stato il cantiere navale Comar, quando iniziai non sapevo neppure come fosse fatta una barca, qui imparai tutto” spiega Marzucco che già nel 2018 ha affrontato il nodo del passaggio generazionale. Ha liquidato il socio di partenza aprendo l'azienda ai figli Chiara e Carlo, rispettivamente di 28 e 26 anni. Un approccio in controtendenza se si considera che in sette Pmi su dieci si valuta il passaggio di

testimone non prima dello scoccare del 70esimo anno. “I miei figli hanno liberato la scrivania da una montagna di problemi che toccava a me gestire. Sono rinato”. Di fatto, i due delfini già conoscevano i meccanismi dell'azienda “perché da ragazzi durante l'estate non è che li lasciavo passeggiare per Ravenna. Venivano in azienda, alla linea di produzione”.

Quick Spa negli anni ha aggregato piccole e grandi aziende, fra le grandi c'è CATT, fabbrica metalmeccanica che nel 2003,

**“HO SEMPRE RAGIONATO
COME RAGIONANO
GLI INSTALLATORI,
CHE VOGLIONO PRODOTTI
FACILI DA POSIZIONARE”**

epoca dell'acquisto, contava tre dipendenti. Oggi sono saliti a 50, così come le due macchine di controllo numerico sono diventate 35.

Le linee di prodotto sono plurime, si va da sistemi di ancoraggio e ormeggio a scaldia acqua, stabilizzatori giroscopici, all'illuminotecnica talmente visionaria e di design da sbarcare anche su terra ferma. Quick Lighting Srl - per esempio - ha curato la nuova illuminazione esterna del Teatro Alighieri, cuore del Ravenna festival - siglando il connubio tra azienda e arte.

Le collaborazioni coinvolgono, salvo rare eccezioni, tutti i cantieri della nautica

italiana e i più prestigiosi oltralpe, da Bavaria e Béneteau, Princess, Fairline.

La chiave del successo? Forse il fatto che “ho sempre ragionato come ragionano gli installatori, i quali vogliono prodotti facili da posizionare. Negli anni l'evoluzione di elettronica e software ha comunque imposto un approccio diverso alla progettazione”.

Anche in Quick si soffre per lo scollamento tra tipologia di offerta e domanda di lavoro, pende la spada di Damocle del capitale umano di difficile reperimento. Un problema non solo italiano, ci spiega Marzucco. Premesso che Quick è azienda di progettazione e produzione e CATT è il cuore metalmeccanico, così come in Quick Uk e Usa, non essendoci produzione, le professionalità coprono il segmento amministrativo, commerciale e di logistica, “ammetto che il problema di reperimento di personale, non dico qualificato ma anche solo con la voglia di qualificarsi, è un problema vivo. Negli Usa le cose sono ancora più complicate, al punto che vorrei aprire una succursale a Miami ma non riesco a trovare tecnici e commerciali. A Ravenna stiamo cercando di far crescere le persone e l'attaccamento all'azienda. Però in tanti confessano che i soldi che investo nella loro formazione preferirebbero averli in busta paga, misconoscendo il fatto che nuove competenze e conoscenze porteranno all'aumento di salario”.

Quest'anno l'azienda compie 30 anni. In questi decenni, quali sono stati i momenti più difficili? “Tantissimi. Penso alle