

Donne al timone Patrizia Gobbi



Non **TEMIAMO** confronti

Forse è questo il **SEGRETO DEL SUCCESSO** di un cantiere che in soli cinque anni è salito alla ribalta nella nautica italiana e internazionale. Il **SUO GENERAL MANAGER**, una donna, ne testimonia l'**IMPEGNO E LA VOGLIA** di continuare il cammino di crescita

penaioni e parole raccolti da **Silvia Montagna** in immagini di **Carlo Ramerino**

Non bisogna lasciarsi ingannare dalla femminile leggerezza con cui Patrizia Gobbi, general manager di Absolute, parla del suo lavoro. Perché i modi cortesi e l'estrema dolcezza della voce nascondono una professionista caparbia e determinata che, insieme a un team di collaboratori, ha portato in cinque anni Absolute a essere un marchio tra i più richiesti e conosciuti nel mercato. La sua carriera lavorativa inizia nel 1994, nei cantieri nautici fondati dal padre Angelo Gobbi. Fino al 1996 si occupa del reparto logistica dell'azienda e, contemporaneamente, studia il funzionamento dei vari settori produttivi e partecipa alle decisioni sui nuovi modelli e prodotti. Successivamente entra a far parte dell'ufficio commerciale e after sales assumendo in breve tempo la carica di responsabile comunicazione, vendite e post vendite. Nel 2003, in seguito alla decisione di cedere l'azienda di famiglia, matura un'altra esperienza come responsabile vendite export in una rinomata azienda piacentina, in un settore diverso. Nel 2005, sente la mancanza della nautica radicata nella sua vita ed entra in Absolute con la carica di general manager.

Il 2008 è stato un anno molto importante per voi, sia per l'affermazione nel mercato sia per l'apertura della nuova struttura, con il cambiamento

della ragione sociale. Quali sono i segreti di questo successo, considerato che siete nati soltanto nel 2002?

In Absolute ciò che ci ha portato a un tale livello nel mercato internazionale e a creare questa struttura sono senz'altro grandi impegno e costanza, supportati da una forte esperienza. In particolare quella di Sergio Maggi e Marcello Bè, i due fondatori, entrambi figure con una profonda conoscenza nell'ambito della produzione, della progettazione e della logistica. Sicuramente questa preparazione ci ha dato la possibilità di creare un prodotto che fosse apprezzato per la qualità. Adesso ci stiamo avvicinando al mercato americano e questa è un'ulteriore conferma che il nostro prodotto è ben apprezzato. Poi il cantiere - questa immensa struttura di 15 mila metri quadrati coperti - è stato un impegno molto importante perché ha assorbito tutte le nostre energie. Grazie all'ingresso di mio padre, Angelo Gobbi, a febbraio del 2006, abbiamo avuto qualcuno che ci affiancasse nella realizzazione di questo stabile per migliorare ulteriormente il prodotto, l'organizzazione e i tempi di produzione.

Prima ha accennato agli Stati Uniti. Cosa pensa del mercato nautico in generale? Queste aperture sono delle necessità o

Patrizia Gobbi ha iniziato la sua carriera lavorativa nella nautica e, dopo una breve esperienza in un diverso settore, è tornata alla sua "passione d'origine" in Absolute.

Donne al timone Patrizia Gobbi



Nelle foto di queste pagine, il nuovo cantiere di 15 mila metri quadrati di Absolute dove si costruiscono barche dai 39' ai 90'.

delle naturali conseguenze della produzione?

Fortunatamente non tutto il mondo soffre degli stessi problemi, quindi per un cantiere entrare in contatto con tanti mercati è una carta vincente. Oggi l'area americana è ancora molto tranquilla e, proprio per questo, vogliamo testarla per avere una rete di vendita, pensando anche al mercato europeo.

D'altra parte ci stiamo rinforzando in altre zone, come quella russa, Dubai, la Giordania; insomma, nuovi Paesi e postazioni che ci danno la possibilità di mantenere lo stesso ritmo di produzione.

Tornando ai vostri yacht, voi non date tanto spazio alla personalizzazione della barca, ma fondamentalmente il cliente sceglie già un prodotto per quello che è. Come anticipate le esigenze di un armatore?

Abbiamo un ufficio interno che vanta dieci persone tra ingegneri, architetti e tecnici, di varia età, che studiano nel dettaglio le tendenze del mercato sia a livello architettonico – come l'arredamento e il design – sia a livello tecnologico. Non abbiamo paura del confronto. Quando troviamo una nuova idea cerchiamo di raffrontarci con altre figure nel mercato, come i nostri concessionari, o con clienti ai quali ci permettiamo di rivolgere delle domande per capire quali siano le loro esigenze.

Quali sono i caratteri distintivi delle vostre barche?

In primo luogo l'estrema vivibilità. Quando si entra in cabina ci sono finestre molto ampie e, quindi, tantissima

luminosità e una grande altezza interna. Nella progettazione, infatti, partiamo proprio dalle cabine, studiando i volumi che vogliamo ottenere e poi perfezioniamo la linea esterna. È più facile scegliere e migliorare una linea esterna piuttosto che ottimizzare lo spazio che avanza degli interni. Anche il profilo è, comunque, distintivo: quando una nostra imbarcazione arriva in porto la si riconosce.

L'ultima barca è un 70', ma questo cantiere potrà ospitare barche fino a 90'. Come si evolverà la produzione? La lunghezza viene ricercata perché è un'esigenza che richiede il mercato?

Abbiamo visto che negli ultimi anni la fascia di potenziali clienti che dà maggiori risultati è quella che richiede dimensioni sempre più ampie. Ce ne rendiamo conto passeggiando per i Saloni e per i porti. La gamma, comunque, rimarrà dai 39' fino ai 90' in un programma quinquennale. Poi vedremo cosa ci darà il futuro... di idee ce ne sono molte.

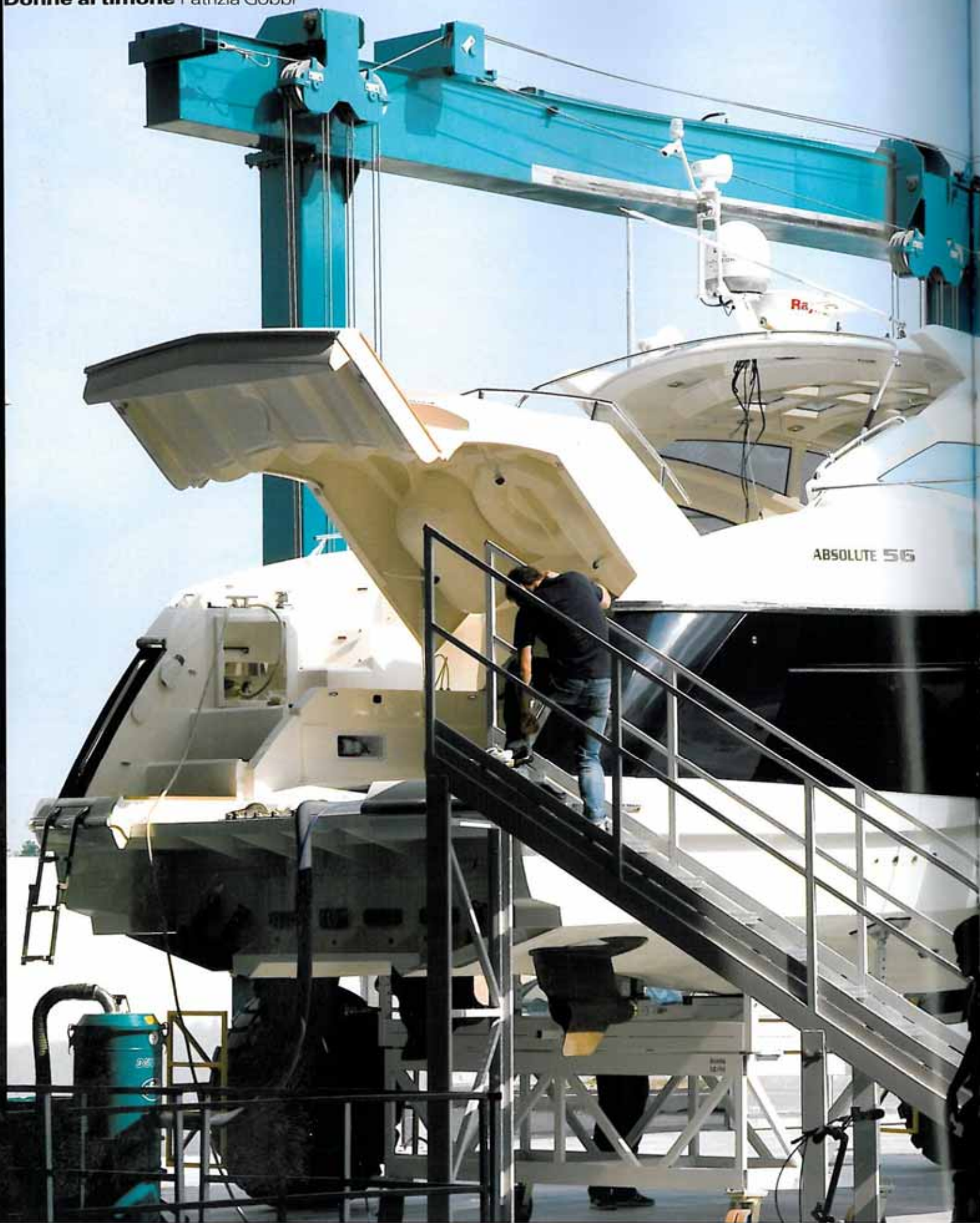
Come vive questo suo essere donna in un mondo affollato da uomini?

Il mondo della nautica rispetto ad altri mercati è molto più popolato di figure femminili e ciò lo rende stimolante. L'uomo ha le sue caratteristiche, così come la donna. Sapere avvicinarsi nel modo corretto sia all'uno che all'altra è un segno di maturazione personale.

A mio avviso, però, in ogni ambito, la competenza viene sempre riconosciuta.



Donne al timone Patrizia Gobbi





In breve

Absolute Yachts ha chiuso l'anno nautico 2007-2008 con un fatturato di circa 30.000.000 di euro. Dal 2002 a oggi, grazie a una rete attiva in 18 Paesi del mondo, il cantiere ha sviluppato 8 linee di imbarcazioni e ne ha consegnate più di 250. È inoltre passato da un organico di 100 persone a 200 dipendenti. Il nuovo stabilimento si estende su 70 mila metri quadrati di cui 50 mila produttivi. Di questi, 15 mila metri quadrati coperti sono dedicati ai reparti di stratificazione, assemblaggio, montaggio, magazzino e controllo qualità. Il nuovo assetto societario vede Angelo Gobbi presidente, Patrizia Gobbi sales & marketing general manager, Marcello Bè production & logistic general manager, Sergio Maggi, Paola Carini e Giuseppe Bertocci amministratori.

Ultimi "ritocchi" a un Absolute 56 prima di essere consegnato.

Secondo lei una donna ha dei modi di relazionarsi particolari con i clienti oppure non fa differenza?

A mio avviso sono due approcci diversi. L'uomo è più razionale e, quindi, ha un atteggiamento professionale più mirato al risultato. La donna, per la sua maggiore emotività, riesce a raggiungere lo stesso obiettivo in maniera più "leggera". Sia con un cliente uomo che donna.

Che differenza c'è tra un cliente donna e un cliente uomo?

Noi siamo toste. L'uomo indicativamente dà le sue preferenze, ma la decisione finale è della donna. In tutto il mondo. Ce ne sono molte competenti e tecniche, che non pensano solo alla comodità.

Una barca è più maschio o femmina?

Dipende sicuramente dal modello. Il nostro 56' è più maschio, più pulito, più sportivo, più grintoso e più lineare. Il nostro 52', viceversa, è più femmina: è più elegante, sofisticato, completo e ha determinate scelte di colore. Insomma, sono le diverse imbarcazioni a essere più maschili o femminili, non l'oggetto in sé.

La nautica è un settore che si può definire di lusso oppure è un campo in cui molti possono accedere?

È sicuramente un mercato di lusso, inteso come un prodotto elitario: è bello, sofisticato, ricercato, dalle dimensioni più piccole a quelle più grandi. Non farei distinzioni sotto vari aspetti. Però può anche essere alla portata di molti: con il charter o la cointestazione, si può arrivare a una vasta area di clientela.

Che cos'è il lusso?

È potere ritagliarsi del tempo per se stessi. Mi ricorderò sempre di quando - ero appena entrata in Absolute - avevamo varato il 39' e volevamo rafforzarci nel mercato francese. Abbiamo pensato di unire l'utile al dilettevole facendo una crociera in Costa Azzurra, una settimana passando di porto in porto, cercando di farci notare. La cosa che ricordo con più piacere, però, era poter fare colazione alle nove di mattina sotto un cielo azzurro, in barca, in estrema tranquillità. Questo per me è lusso. Sapere che nel mondo ci sei tu e che vali per quello che sei e quanto sei importante in quel momento. ■