

Immaginiamo il futuro

Let's imagine the future

Maurizio e Giovanni Granai ci svelano i segreti
dei quarant'anni di successi di GPY Marine

Maurizio and Giovanni Granai tell us
the secrets of GPY Marine's 40 years of successes

By Davide Deponti

Storico dealer italiano presente sul mercato da quasi quarant'anni, GPY Marine è un'azienda di famiglia, nel senso più nobile del termine. Ogni giorno infatti il suo successo si fonda sulle capacità e sulla cooperazione tra Maurizio (il padre) e Giovanni (il figlio) Granai. E se il secondo segue il mercato del Nord Italia nei GPY Point di Varazze e Lavagna, il primo ha la sua base nel Marina di Cala de Medici, storico punto di riferimento per gli armatori della Toscana. Noi li abbiamo riuniti a Milano per farci raccontare cosa bolle in pentola nella nautica. **Siete un'azienda consolidata sul mercato italiano e oggi operate al top come dealer grazie a una rete di GPY Point che offrono supporto commerciale e service di alto livello: come si arriva a costruire un modello aziendale così funzionale?** *“Serve l'esperienza sul campo di quarant'anni di professionalità, senz'altro, ma crediamo serva anche immaginare le situazioni, cercare di capire le necessità del diportista. Abbiamo sempre cercato di dare un riferimento all'armatore. Oltre a quello che si vede, nelle barche di oggi convivono centinaia di elementi e altrettanti fornitori. È perciò essenziale conoscere il prodotto, le funzionalità, le possibili criticità, i fornitori e le loro metodologie di lavoro”.*

Per voi il servizio deve essere un'eccellenza, ma come si fa a dimostrare al cliente che si può fidare? Quali sono i segreti del mestiere? *“In tanti anni abbiamo instaurato rapporti, mi permette di dire, di amicizia, con molti fornitori. Ad ogni necessità degli armatori rispondiamo con la massima trasparenza, sapendo di poterci poi fidare ciecamente delle controparti per i servizi accessori. Non imponiamo scelte o vincoli: cerchiamo piuttosto di trasferire la nostra esperienza a tutto beneficio dell'armatore”.*

Sul sito spiegate: immaginare il futuro è la filosofia di GPY.

Come vedete il presente e il futuro della nautica italiana?

“Immaginare il futuro significa non esser rigidi sulle esperienze acquisite ma aver fame di conoscere cosa potrà accadere, quali saranno gli atout del business di domani. L'era in cui lavoriamo è quella che sta subendo l'accelerazione maggiore rispetto a tutte le epoche del passato, forse solo nel Rinascimento abbiamo avuto qualcosa di simile. Tecnologie che cambiano i comportamenti

umani si riflettono anche nel business, nelle scelte di un prodotto; l'informazione immediata rivoluziona le scelte degli armatori.

Se non si immagina il domani il mercato ti esclude. L'esperienza va usata per i fondamentali, mentre curiosità, ambizione e attenzione a qualsiasi mutamento devono servirci per immaginare e mettere in atto nuove attività. Riteniamo che dopo l'ultima crisi tutti gli attori della nautica abbiano fatto tesoro dell'esperienza. Oggi il mercato è in ottima ripresa ma bisogna tener presente i numeri di riferimento: stanno certamente crescendo, ma in modo propedeutico al mantenimento di un mercato che funziona”.

Quella con Ferretti Group è una partnership storica e importante: cosa date di valore aggiunto voi a loro e cosa danno loro a voi? *“Essere parte di Ferretti Group è per noi motivo di orgoglio: basta vedere l'evento organizzato a Venezia, per il 50° anniversario di Ferretti Yachts, per capirne l'importanza e l'unicità.*

Ma ogni partecipazione regala a noi e agli armatori emozioni.

È qualcosa che ti rimane dentro, che ti fa sentire parte di una famiglia. Lo stesso feeling si ha ogni qualvolta si visita un sito produttivo: ognuno si sente “parte” del prodotto finale e lavora al meglio per far sì che ogni barca sia più vicina possibile alla perfezione. Questo senso di appartenenza fa sì che la cura e l'attenzione usate portino a un plusvalore tangibile e difficilmente ingegnerizzabile. Quello che noi possiamo dare a Ferretti, dovrete chiederlo al cantiere”.

Almeno svelateci qualche “segreto” legato a Ferretti su modelli che vedremo prossimamente in mare...

“Possiamo sintetizzarlo così: quello che gli altri non hanno...”.

A historic Italian dealer for almost 40 years, GPY Marine is a family business, in the noblest sense of the word. Every day, its success is based on the skills and the co-operation between Maurizio Granai and his son Giovanni. And if the latter deals with the market of northern Italy in the Varazze- and Lavagna-based GPY Points, Maurizio has his office at the Marina di Cala de Medici, a historic reference point for Tuscan yachtsmen. During our encounter in Mi-



A sinistra Maurizio e a destra Giovanni Granai, titolari di GPY Marine.

From the left Maurizio and Giovanni Granai, GPY Marine owners.



YACHT "DI FAMIGLIA"

Sopra: Il debutto mondiale del nuovissimo Ferretti Yacht 670 è avvenuto a Venezia, durante il maxi evento organizzato dal Gruppo, dal 22 al 24 giugno scorso, per celebrare il suo 50° anniversario.

Qui a fianco: il Pershing 62, una barca elegante e confortevole ma allo stesso tempo snella e veloce, sempre firmata Ferretti Group. In basso: sinuoso e con un'anima sportiva, l'Itama 62 è un must del Gruppo.



A "FAMILY" YACHT

At the top: the world debut of the new Ferretti Yachts 670 took place in Venice during the event organized by the Group, from 22nd to 24th June, to celebrate its 50th anniversary.

Photo alongside: elegant and comfortable, the Pershing 62 is a fast agile boat designed by Ferretti Group.

Below: slinky and with a sporty soul, the Itama 62 is a "must" of the Group.



*Il Ferretti 670 è stato
battezzato a Venezia anche
dalle Frece Tricolori*

*The Ferretti 670
was baptized in Venice by
the "Frece Tricolori"*



lan, they told us what is in the air within boating industry.

Yours is a leading company of the Italian market and a top dealer with a high-level business network and assistance services: how can a functional business model like yours be achieved?

40-year experience and professionalism are certainly essential but you also have to imagine situations and try to understand yachtsmen's needs. We've always tried to provide yachtsmen with a reference point. In addition to what you can see, contemporary boats feature hundreds of elements and as many suppliers. It is therefore essential to know the product, its functions, its possible flaws as well as suppliers and their working methods.

For you, service must be an excellence. How can customer's confidence be built? What are your trade secrets?

Over time, we have established friendships with many suppliers. We satisfy our customers' needs with the utmost transparency, conscious that we can rely on our counterparts for ancillary services. We don't impose choices or limits: we try to transfer our experience to the benefit of our customers.

Your website has this slogan: "to imagine the future is GPY's philosophy". How do you imagine the present and the future of Italian boating industry?

To imagine the future means not to stand firm on your experiences but to hunger for knowing what may happen and what may be the future of business. The era where we work is suffering the greatest acceleration of all time. Maybe only in the Renaissance something similar happened. Technologies which change hu-

man behaviour affect business, especially in terms of product choices; real-time information revolutionizes yachtsmen's choices. If you don't imagine the future, the market excludes you. While experience is essential to deal with fundamental aspects, curiosity, ambition and attention to change are the keys to imagine and put in place new activities. After the last crisis, we think that all yachting players have treasured experience. Today, the market is recovering but reference figures should be always taken into account: they are certainly growing but only to encourage the preservation of an efficient market.

You have established a historic important partnership with Ferretti Group: what do you exchange in terms of added value?

We're really proud of being part of Ferretti Group. You only have to look the event organized in Venice for the 50th anniversary of Ferretti Yachts to understand its importance and uniqueness. Every participation gives both us and our customers great emotions. It's something that stays with you and makes you feel part of a family. And we have the same feeling when we visit a production site: everyone feels a "part" of the final product and works better so that every boat can be as close to perfection as possible. This sense of belonging converts care and attention into a tangible hardly engineerable added value. If you want to know what we can give to Ferretti, you should ask them".

Can you unveil the Ferretti-related "secret" of your upcoming creations?

We can summarize it this way: what the others don't have...