



Salvatore Ranieri, responsabile commerciale

Ranieri International: eccellenza del territorio

Una famiglia imprenditoriale che opera in totale armonia e un prodotto tecnologicamente all'avanguardia interamente made in Italy sono il segreto di tanto successo. Favorito anche da un modo di pensare positivo

Testo: R.M.

È una vita trascorsa in cantiere quella di papà Pietro, storico fondatore del marchio Ranieri nato verso la metà degli anni Settanta a Soverato, in provincia di Catanzaro. Supportato da uno staff tecnico di altissimo livello, Pietro Ranieri porta avanti la produzione di natanti in vetroresina affiancato dai figli Salvatore e Antonio, che curano la parte commerciale e amministrativa e si occupano dello sviluppo dei nuovi modelli. Oggi Ranieri International è un'azienda solida, che investe nella qualità e nell'innovazione, facendo della conduzione familiare il principale punto di forza. La sua sfida alla crisi? Presentarsi al Salone nautico di Genova con quattro nuove proposte per il 2014. Abbiamo incontrato Salvatore Ranieri.

Ci parli dello sviluppo della vostra attività.

L'attività di vendita e assistenza di motori marini avviata da mio padre verso la fine degli anni Sessanta si trasforma, intorno alla metà degli anni Settanta, nella produzione di piccole imbarcazioni a marchio Ranieri. Dapprima lancette in vetroresina della dimensione massima di quattro, quattro metri e mezzo, poi a salire fino a raggiungere e attestarsi sotto i dieci metri di lunghezza. La nostra scelta è stata

quella di rimanere nel settore dei natanti. Siamo arrivati a produrre fino a 700 barche all'anno e oggi navigano in buona parte del mondo circa trenta modelli dai 17 ai 30 piedi, suddivisi in tre linee: open, sundeck e cabin.

Quali sono i punti di forza dell'azienda?

La nostra forza risiede innanzitutto nell'unità della famiglia. Siamo un'azienda a conduzione familiare, quindi i tempi di reazione al mercato sono sempre molto rapidi. Gestendo tutto internamente, dalla progettazione alla realizzazione di stampi e prototipi fino agli allestimenti, siamo in grado di assecondare le richieste del consumatore e di investire tante energie nell'innovazione per modelli sempre all'avanguardia e di spessore. Oltre a rinnovare ogni anno le nostre linee - per il 2014 abbiamo introdotto quattro novità, il sundeck Shadow 19 e i cabin Atlantis 19, CLF 19 e CLF 22 - dedichiamo molta attenzione alla progettazione delle carene. Il brevetto H.I.S. (Hull Innovative Sistem) adottato su tutta la gamma Ranieri International prevede un redan a centro barca, una sorta di gradino capace di ottimizzare i flussi idrodinamici e diminuire l'attrito, migliorando di conseguenza le prestazioni con una riduzione del consumo di carburante

del 25 per cento. Per venire incontro alle eventuali difficoltà del cliente abbiamo adottato una formula di finanziamento in 24 rate a tasso zero per un importo fino a 20.000 euro, accollandoci gli interessi in collaborazione con la rete vendita. Non dimentichiamo infine che il nostro è un prodotto interamente made in Italy realizzato nel rispetto dell'ambiente in strutture a norma. E che si avvale della partecipazione ai più importanti saloni nautici per farsi conoscere e apprezzare da italiani e stranieri.

Come avete affrontato l'inevitabile calo di fatturato di questi ultimi anni?

La vera crisi è arrivata a cavallo tra il 2011 e il 2012 quando ci siamo attestati su una produzione di non oltre 350 imbarcazioni all'anno. Per compensare il calo del fatturato in Italia ci siamo focalizzati sul mercato estero, francese e svizzero in particolare, dove tra l'altro siamo presenti in partnership con Honda Marine. Di recente abbiamo concluso anche un accordo con Honda Europa per sviluppare nuove collaborazioni nei Paesi del nord, come Norvegia e Finlandia.

Come prosegue invece la collaborazione con Suzuki Italia?

L'accordo con Suzuki Italia prosegue ormai da otto anni. Produciamo tre nuovi modelli in esclusiva per l'azienda giapponese in Italia: SR19 (dove SR sta per Suzuki Ranieri, ndr), SR21 e SR23, che corrispondono ai tre esemplari della gamma Ranieri Voyager 19S, 21S e 23S. Solo che le imbarcazioni destinate alla filiale di Robassomero vengono equipaggiate di serie per accogliere i motori Suzuki, si diversificano nel colore nero della carena e nei tessuti luxury

delle tappezzerie, insomma vengono personalizzate sulle esigenze del committente.

Il vostro è un prodotto entry level. Quanto pesa la possibilità di customizzare o meno sulla scelta del prodotto?

Come ho già sottolineato, noi gestiamo internamente al cantiere l'intera fase di produzione, pertanto siamo in grado di assecondare la scelta delle materie prime, degli accessori, degli allestimenti. La nostra è una gamma entry level, ma di livello medio/alto, rivolta a un cliente esigente, disposto a pagare di più a fronte di una maggiore qualità e personalizzazione. Le imbarcazioni Ranieri

International vantano comunque un ottimo rapporto qualità/prezzo: rispetto ai competitor i costi sono un po' più elevati, ma la qualità lo è molto di più.

Quali sono invece i criteri di selezione dei vostri concessionari?

Il valore di un'azienda si basa, oltre che sulla reputazione del marchio, anche sulla professionalità e competenza dei suoi uomini. Selezioniamo i nostri concessionari in base alla loro capacità di creare un universo intorno al cliente. In Italia ci appoggiamo a una sessantina di leader nel proprio settore, con una distribuzione omogenea sul territorio.

Com'è cambiato l'utente finale?

Ha meno soldi ed è più esigente. È di gran lunga più competente di una volta e cerca un prodotto migliore.



Da sinistra: Salvatore Ranieri responsabile commerciale, Pietro Ranieri fondatore e responsabile produzione e Antonio Ranieri responsabile marketing

www.ranieri-international.com



Shadow 19