SuperYacht24

Il quotidiano online del mercato superyacht

Ferruccio Modica (Iride): “Sostenibilità, formazione e promozione per il futuro dell’arredamento navale”

Nicola Capuzzo · Wednesday, September 25th, 2024

Ferruccio Modica nasce come prototipista nel settore dell’imbottito e del contract. E’ general manager di Iride, azienda specializzata in progettazione, gestione e realizzazione di arredamento navale, attiva dal 2000 in provincia di Treviso e dal 2012 entrata in Arper, società di punta nel campo del contract, dove ha contribuito allo sviluppo di prodotti del settore nautico.

A SUPER YACH 24 Modica racconta la sua storia, le sfide affrontate e la sua visione per un futuro nella nautica che sia più sostenibile e il cui valore sia più diffuso e conosciuto, soprattutto fra i giovani.

Modica, partiamo da come è iniziata la sua carriera?

“La mia carriera è iniziata in Brianza, dove ho sempre lavorato nell’imbottito e nel contract. Ho avuto la fortuna di collaborare con i più grandi brand dell’arredo italiano, lavorando a stretto contatto con architetti di fama. Questo mi ha permesso di imparare a trasformare le idee in progetti concreti e di portare poi i lavori in fiera, per infine passare alla produzione industriale”.

Cosa l’ha portata ad entrare in Arper?

“Ho deciso nel 2012 di entrare in Arper, un’azienda che fattura circa 70 milioni di euro all’anno presieduta da Claudio Feltrin, attualmente anche presidente di FederlegnoArredo. In Arper ho trovato lo spazio per nuove proposte e iniziative grazie all’esperienza nella nautica che avevo maturato con Sergio Buttiglieri, che in quel tempo era in Sanlorenzo, e a cui fornivo alcuni prodotti, non continuativamente”.

Qual è stato il suo percorso nel mondo nautico?

“Mi sono presentato proponendo il tema della nautica basato sulla mia esperienza in Veneto. Il primo cliente che ho avuto è stato Azimut Yachts, per il quale ho seguito tutti gli imbottiti dello yacht 72 Fly. Era il 2012, il settore nautico stava attraversando un momento difficile, molte aziende erano in crisi. Ho pensato che fosse il momento giusto per entrare, perché potevamo lavorare a una velocità che ci consentisse di capire le reali esigenze del mercato.

Nel primo anno abbiamo allestito tre scafi, mentre già dall’anno successivo siamo arrivati a 57.

Negli ultimi dieci anni, abbiamo consegnato circa 1.600 interni di yacht, mantenendo Azimut come cliente principale, per il quale tuttora realizziamo il 75% della sua produzione di imbottiti. Lavoriamo sui modelli di punta come il Seadeck 7 e 6, quelli con il più alto impatto green, sui Fly, sui Magellano, sui Verve; sul Trideck e sul Magellano 30 a Viareggio, e infine allestiamo 3 modelli per la consociata Azimut do Brasil".

Oggi come si svolge il vostro lavoro?

"Riceviamo i render dagli architetti e trasformiamo queste visualizzazioni in oggetti reali. La mia esperienza nella prototipazione per brand di lusso del settore del mobile mi permette di realizzare prodotti che soddisfano le aspettative dei cantieri. Abbiamo anche ampliato la nostra offerta, includendo linee mobili, per rispondere alla crescente domanda del mercato nautico".

Quali altri cantieri collaborano con voi oltre a Azimut?

"Siamo accreditati con il Gruppo Ferretti, con il quale lavoriamo sui modelli Riva 110, 102 e 82. Inoltre, abbiamo realizzato interni per un Wider di 18 metri e stiamo collaborando con Pershing e Sunreef nel loro nuovo sito produttivo a Dubai".

Qual è la struttura dell'azienda?

"Abbiamo una tappezzeria prototipale con 16 persone, una falegnameria di 15 e un ufficio tecnico con 5 project manager. Inoltre, la nostra tappezzeria industriale conta 60 persone, che gestiscono la produzione standard. Questa struttura ci consente di rispondere in modo efficiente sia ai clienti di produzione di serie che a quelli custom".

Come riuscite a coniugare design, funzionalità e attenzione ai dettagli?

"La mia lunga esperienza nell'ambito del design puro è ormai entrata a far parte del mio Dna; il divano che costruisco oltre ad essere comodo deve avere anche 'la linea', cioè quell'elemento per cui un oggetto magari costruito negli anni quaranta, guardandolo oggi può far pensare che sia contemporaneo. Questo è a mio parere quel famoso quid che si può dare al progetto, che diventa di una qualità tale da sfidare il tempo e le mode. Questa forte impronta che ho acquisito la trasmetto ogni giorni all'interno della fabbrica a tutti i miei collaboratori".

Qual è il suo approccio nell'interpretare le richieste degli architetti?

"Ho sempre lavorato a stretto contatto con gli architetti; il mio compito è capire ciò che vogliono davvero realizzare, anche quando non è chiaramente espresso nei disegni. Per questo serve interpretare l'uomo che progetta, non solo il disegno che ti viene sottoposto. L'esercizio che ho fatto e poi replicato con gli studi di architettura con i quali lavoro, che sono delle vere eccellenze, mi consente di tradurre le loro visioni in oggetti concreti".

Entrate mai in contatto con l'armatore?

"No, e questa è una scelta consapevole. Rispetto il lavoro dell'ufficio Stile del cantiere, che ha il ruolo molto delicato di tradurre i desideri dell'armatore e di collaborare con il commerciale. Il mio compito è fare al meglio ciò che l'ufficio Stile mi chiede di fare; per questo lavoriamo a stretto contatto, affinché io assorba tutte le energie, sia positive che negative, per capire quello che davvero gli armatori vorrebbero e che spesso si può solo intuire".

Come motiva il suo team e valorizza le competenze dei collaboratori?

“Credo che il miglior modo per motivare le persone sia far comprendere loro esattamente che cosa stanno facendo; intendo dire che è importante che vedano il lavoro nel suo complesso e non solo nella parte che devono eseguire. Per questo porto i miei collaboratori nei cantieri: affinché conoscano il loro interlocutore e vedano l’impatto delle loro azioni. Il capire che quella parte di lavoro che svolgono per lo yacht permetterà di raggiungere la soddisfazione dell’armatore crea in loro un senso di orgoglio e responsabilità”.

Oltre all’imbottito, quale altro lavoro svolgete?

“Lavoriamo anche l’acciaio, gestendo internamente questo processo. Ci occupiamo di barre di acciaio lucido e altri elementi. Gestendo in proprio questo passaggio manteniamo il controllo sulla qualità ed evitiamo il rischio di ritardi rispetto alla scadenza di consegna”.

Quali sono i suoi obiettivi e le sfide future?

“La sostenibilità è da sempre al centro delle mie priorità; ho portato questo tema nella nautica iniziando proprio dalla mia azienda con l’inserimento di materiali riciclati, che tuttora implementiamo e lavoriamo per ridurre l’impatto ambientale. Utilizziamo già legnami provenienti da foreste gestite in maniera corretta e responsabile. Il mio obiettivo per il 2025 è eliminare i bancali di legno nel trasporto, sostituendoli con alternative più ecologiche, come il cartone riciclato, e penso alla implementazione del nostro reparto Ricerca e Sviluppo per creare una proattività con il cantiere nelle proposte di nuovi materiali, nella costruzione di oggetti meno impattanti e anche nell’accorciare la filiera per muovere meno mezzi e inquinare di meno”.

Cosa pensa della situazione della nautica italiana?

“Dovremmo essere orgogliosi della nautica italiana data la grande resilienza che dimostra rispetto ad altri settori; meriterebbe una maggiore attenzione a livello istituzionale.

Si dovrebbe investire di più in istruzione e formazione perché la nostra attuale offerta non riesce a soddisfare la crescente domanda di figure qualificate.

E poi dovremmo attrarre i giovani, che non conoscono questo settore, attraverso i canali che utilizzano quali i social media, creando eventi collaterali al Salone della Nautica per suscitare il loro interesse, come ha fatto con successo il Salone del Mobile di Milano. Infine, è importante superare l’idea che la nautica sia un concetto elitario: anche chi ha risorse limitate può accedere a questo mondo, acquistando barche usate, anche di quinta mano. Con le meravigliose coste che ci circondano, l’Italia è il luogo ideale per promuovere una cultura nautica accessibile a tutti”.

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER GRATUITA DI SUPER YACHT 24

SUPER YACHT 24 E’ ANCHE SU WHATSAPP: BASTA CLICCARE QUI PER ISCRIVERSI AL CANALE ED ESSERE SEMPRE AGGIORNATI

This entry was posted on Wednesday, September 25th, 2024 at 12:00 pm and is filed under Suppliers
You can follow any responses to this entry through the Comments (RSS) feed. You can leave a

response, or trackback from your own site.