

SuperYacht24

Il quotidiano online del mercato superyacht

Lenarduzzi (Quick Group): “Dopo le barche medie, pronti a completare la gamma con i superyacht”

Nicola Capuzzo · Friday, September 19th, 2025

Come già pianificato al momento dell'investimento di maggioranza di Fondo Italiano d'Investimento e Armònia, avvenuto nel settembre 2022, i fondi e la famiglia Marzucco hanno nominato Stefano Lenarduzzi amministratore delegato del Gruppo Quick, storico brand romagnolo fondato a Piangipane (Ravenna) nel 1969. Padovano, precedentemente direttore generale di Maschio Gaspardo, ha una lunga esperienza in posizioni di vertice di aziende industriali, tra cui Sintesi e Fpt Industrie, e una buona conoscenza del settore nautico anche grazie alla sua passione per la vela. Come ha raccontato a SUPER YACHT 24 in occasione del Cannes Yachting Festival “Vengo da esperienze precedenti, sia manageriali sia imprenditoriali, in settori meccatronici e metalmeccanici. Nell'esigenza di portare ulteriore crescita al gruppo e di creare quelle sinergia e integrazione necessarie in seguito alle acquisizioni mi è stato proposto di entrare in questa avventura. Le mie esperienze precedenti non sono direttamente collegate al mondo della nautica, hanno forte affinità in termini di processi, prodotti e mercati geografici. In termini di prodotto ho avuto esperienze nei mondi della meccanica di precisione, meccatronica, carpenteria, design industriale e nel mondo delle macchine agricole”.

Qual è oggi il vostro interlocutore principale e come si è evoluta la presenza di Quick dal segmento medio al superyacht?

“Il nostro primo interlocutore resta l'Oem, cioè il cantiere, con un approccio trasversale alle gamme e alle fasce di mercato. Siamo cresciuti storicamente sulle barche di media dimensione, fino a completare la gamma e approdare al segmento dei superyacht. Negli ultimi anni, anche per bilanciamento di volumi e dinamiche anticicliche, ci siamo spostati sull'alto di gamma, investendo in aziende come Nemo e Sanguinetti per servire in modo completo la fascia oltre i 30 metri. È un compito gravoso in termini di responsabilità, progettazione, design, innovazione e rispetto delle tempistiche. Qui la relazione con il cliente e la progettazione specifica diventano centrali, in linea con esperienze che ho già vissuto in passato. Infine, il cross selling sui singoli clienti è un obiettivo strategico: il lavoro svolto finora è buono, ma resta ancora margine di crescita”.

Quanto rappresenta il fatturato dedicato ai superyacht?

“Definire la soglia non è semplice, ma oggi consideriamo le barche oltre i 24 metri e il loro peso sul nostro fatturato attorno al 40-60%. All'interno del gruppo, realtà come Sanguinetti e Xenta

sono molto più sbilanciate su questo segmento perché nate e dedicate a quel mercato, mentre Quick mantiene un'offerta trasversale. È chiaro però che il valore unitario dei beni venduti nei superyacht è nettamente superiore e che l'integrazione con Sanguinetti ha dato impulso alla crescita, raddoppiandone il fatturato in pochi anni e aprendo prospettive ulteriori grazie a un portafoglio più lungo e alla possibilità di introdurre prodotti prima assenti. Abbiamo una rete commerciale dedicata e specializzata, scelta che intendiamo rafforzare. In questo settore è fondamentale anche il co-design: lavorare insieme al cliente sul prodotto accelera i tempi di risposta, arricchisce l'offerta tecnico-commerciale e costituisce un valore aggiunto sia per il cliente che in termini di fidelizzazione”.

Spesso i fornitori sono il primo indicatore dello stato di salute di un mercato. Qual è la situazione attuale?

“Nel superyacht la tendenza è costante: il portafoglio lungo e la capacità produttiva limitata portano a un flusso di ordini regolare, con pianificazioni a medio-lungo termine che restano stabili. Diversa invece la fascia sotto i 24 metri, oggi penalizzata dalla sfiducia generale e dalla contrazione del mercato americano, che inevitabilmente impatta anche sui player europei. Negli Stati Uniti il sentimento resta negativo, soprattutto sulle barche più piccole, anche se alcuni clienti stanno tornando a produrre dopo aver smaltito gli stock. Sul superyacht dunque vedo una sostanziale continuità, mentre sul resto del mercato la situazione è più variabile e frammentata. L'obiettivo, in ogni caso, resta fare meglio del mercato e crescere”.

Qual è oggi l'area più strategica Europa a parte?

“Gli Stati Uniti sono il mercato più importante. Siamo presenti da vent'anni con una filiale recentemente riorganizzata e spostata in Florida. Lì possiamo essere vicini ai nostri clienti che consegnano e gestiscono yacht e superyacht in quella zona, con riferimento ai centri service locali. Il nostro impegno non è solo vendere, ma anche garantire un'assistenza competente e di livello. Per questo abbiamo acquisito Yachting Marine Service, centro service dedicato al supporto dei nostri prodotti sulle imbarcazioni dei clienti”.

Arrivando da un mercato estraneo alla nautica quali sono gli aspetti su cui lavorare?

“Il punto centrale è il servizio al cliente a livello di gruppo. Dobbiamo lavorare per rendere sinergiche le attività, migliorando qualità e delivery sia sul prodotto sia sul service. Unificare le forze delle diverse aziende sugli elementi trasversali al servizio è il primo passo per alzare lo standard percepito dal cliente. In questa direzione abbiamo già introdotto interfacce dedicate per tipologia di cliente Oem, così da garantire maggiore specificità e un rapporto più mirato”.

In termini di investimenti, quali sono le priorità per il prossimo futuro?

“Negli ultimi anni abbiamo investito molto per rinnovare sedi produttive, linee e macchinari, internalizzato produzioni prima esternalizzate, modernizzato stabilimenti come quello di Sanguinetti e introdotto sistemi gestionali uniformi al modello Quick. Abbiamo anche inserito manager dedicati con un coordinamento centralizzato sulle operation. Ora la priorità è rafforzare le infrastrutture produttive per i nuovi trend – stabilizzatori, intruders, pinne – con lo sviluppo interno di componenti oggi in outsourcing. Stiamo potenziando la progettazione elettronica per sostenere la crescita di gamma e volumi, e parallelamente riorganizzando le reti di vendita internazionali con approcci mirati su prodotti tecnologici e complessi. Il mercato risponde bene: è un settore in crescita, indipendente dai volumi, e va sostenuto con investimenti continui”.

Quale sarà il prodotto del futuro, destinato a uno sviluppo maggiore?

“Il focus principale è la stabilizzazione delle barche: soluzioni semplici per le piccole fino a sistemi avanzati per i superyacht. Tutti i nostri sistemi sono interfacciabili e combinabili, permettendo di ottimizzare le prestazioni anche su nuovi tipi di scafi. Collaboriamo con diversi cantieri per progetti innovativi e personalizzati, che rappresentano il passo più dirimpente.

Al tempo stesso evolviamo i prodotti tradizionali, puntando sull’integrazione con i motoristi. Dopo Mercury, abbiamo appena annunciato l’integrazione con Volvo Penta: la gestione di timoneria, motore, thruster, intruder e pinne richiede sistemi sempre più connessi. In questo senso il partner chiave è spesso il costruttore del motore e la nostra esperienza con Xenta ci consente di fornire soluzioni integrate anche su motorizzazioni tradizionali, a linea d’asse o con eliche di superficie”.

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER GRATUITA DI SUPER YACHT 24

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

Il prossimo 2 dicembre SUPER YACHT 24 organizza a Genova il 1° Sailing Super Yacht Forum

This entry was posted on Friday, September 19th, 2025 at 1:18 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.