

«La mia Africa», ne parla Guido Grimaldi

Intervista tra passato, presente e futuro di un giovane imprenditore italiano



NAPOLI – Nel suo studio all’8° piano del quartier generale del Gruppo di famiglia, abbiamo incontrato il dott. Guido Grimaldi, 31 anni a Giugno, figlio di Gianluca e nipote oltre che omonimo del capostipite. Con un occhio a “Marine Traffic” e fra mille telefonate ci ha dedicato attenzione nel panorama inconsueto di una Napoli innevata. Ne è nata un’interessante conversazione tra passato, presente e futuro che tratteggia i lineamenti di un giovane ambasciatore dell’Italia che cresce nel mondo.

Dott. Grimaldi, lei ha appena assunto il ruolo di Med-West Africa Commercial Director. Come affronta questa responsabilità così importante, considerando la grande tradizione di famiglia?

«Dedizione, passione e grandi esempi da seguire. Sono cresciuto tra viaggi di lavoro e vari di navi. Mi sono immerso nel mondo dello shipping subito dopo il percorso di studio.

Mio nonno, che di buoni consigli ne aveva tanti, diceva “prima di vendere devi sapere cosa vendi e quanto ti costa”. Ho iniziato a lavorare nella nostra sede a Napoli. Sono partito dai numeri e dal controllo costi, fino alle esperienze operative su navi e terminal. Ho cercato di gettare delle basi solide dove poi formarmi sul piano commerciale e più gestionale dei servizi di linea.

Quindi nel 2010 mi sono trasferito a Londra, sede della direzione commerciale dei nostri servizi Deep Sea, dove mi è stata affidata una nuova linea con-ro dal Mediterraneo al West Africa. Ricordo che abbiamo iniziato con una piccola nave noleggiata, offrendo un servizio mensile. E’ stato un successo. Il mercato aveva bisogno di forze nuove e il *business model* era molto simile a quello rodato del Nord Europa – West Africa. Anno dopo anno siamo arrivati alle attuali 4 navi di proprietà che offrono un servizio ogni 10 giorni. Per dare un’idea del tipo di nave parliamo di una capacità ideale 700 teus, 2.500 metri lineari e 1.000 auto. Da quando ho assunto questo ruolo la gestione della linea è stata portata a Napoli dove abbiamo messo insieme un team molto valido (che include anche mio fratello Andrea, entrato in azienda da un paio d’anni)».

Il Gruppo Grimaldi è presente su questo trade da decenni. Come si è evoluto il traffico in termini di volumi e commodities? Quale il ruolo dell’export italiano in questo ambito?

«Siamo entrati nel mercato del West Africa gli inizi degli anni 80. La crescita e le soddisfazioni sono state costanti. Attualmente impieghiamo 25 navi con-ro su questo trade.

Si tratta principalmente di un mercato di export verso l’Africa, fatta eccezione per commodities meno lavorate come legname e cacao.

Per quanto riguarda i contenitori la tipologia di merce è da sempre la più varia. Dal vino alle mattonelle passando per pezzi di ricambio o vestiti.

Nel ro-ro la componente più importante è rappresentata da mezzi usati (truck, trailers, e auto) che nei paesi del Mediterraneo avrebbero meno mercato ma che in paesi del West Africa trovano un nuovo ciclo di vita. Devo dire che negli ultimi anni si vede una lenta ma regolare crescita anche di automobili nuove, oggi principalmente per il Marocco.

Poi ci sono i progetti e mezzi speciali che rispetto alle altre commodities seguono un andamento meno regolare, specialmente i progetti (come impianti o interi cantieri) che vanno di pari passo con il volume di infrastrutture e investimenti nei paesi a destino.

L'Italia e le aziende italiane esportano tutte le categorie menzionate e giocano un ruolo importante. Come in tante altre cose, ogni nostra regione/area geografica ha delle commodities più di riferimento».

Da sempre avete puntato su navi "con-ro". E' stata la scelta giusta? Quali i maggiori vantaggi? Quali sono i programmi d'investimento nella flotta per questo settore di business?

«Direi di sì. Impieghiamo questa tipologia di navi su tutto il range del nostro Deep Sea. I maggiori vantaggi sono chiaramente in termini di flessibilità di capacità e varietà. Capacità perché pur non avendo volumi che può avere una nuova portacontainer abbiamo una capacità ro-ro importante e soprattutto la possibilità di convertire parte degli spazi delle due commodities. Puntiamo sul mix di carico ideale per i nostri trade in base ai momenti del mercato. Varietà perché possiamo accogliere richieste di mercato davvero diverse tra loro. Da una motocicletta ad elicotteri, yacht o treni.

La nostra flotta con-ro è ancora giovane. Le ultime sei "Grande" di nuova generazione ordinate in SudCorea nel 2012 sono entrate in servizio da poco. Nei prossimi anni prevediamo sicuramente la dismissione delle navi più vecchie e un ulteriore rinnovo della flotta».

Qual'è lo scenario competitivo futuro in questo particolare mercato a fronte del continuo processo di consolidamento a cui assistiamo ormai da anni, soprattutto nell'ambito dei contenitori?

«Nel nostro settore tendiamo a regolare le nostre capacità in base alla crescita dei mercati. Invece nel mercato dei pure container con meccanismi e strategie diverse assistiamo da anni al fenomeno della corsa al gigantismo e l'obsolescenza delle navi vecchie aumenta sempre più velocemente. Da una situazione globale di questo tipo non possono che beneficiarne i colossi che hanno le spalle più larghe degli altri. Bisognerà capire anche che ruolo svolgerà il tonnellaggio europeo in questo scenario, perché parlando di spalle larghe mi vengono in mente diverse compagnie del Far East che potrebbero giustamente pretendere posizioni primarie nello scenario mondiale. Hanno un'economia straripante, sanno costruire molto bene le navi e sanno sicuramente come riempirle».

Con lungimiranza voi avete investito molto anche nelle infrastrutture ad iniziare dai porti del West Africa dove scalano le vostre navi. Come valuta la sempre più massiccia presenza di investimenti cinesi in Africa? Siete preoccupati che tutto questo possa erodere quote di mercato per le nostre aziende? Quali azioni dovrebbe intraprendere il Governo italiano a supporto dell'industria italiana che opera in quell'area?

«Credo sia stata una naturale conseguenza dell'interesse sempre più grande verso paesi ricchi di materie prime. Una potenza come la Cina si è mossa con grande lungimiranza conquistando posizioni sempre più avanzate a livello planetario riguardo a varie tipologie di produzione industriale. Mi viene in mente ad esempio, di aziende cinesi che hanno costruito diversi terminali e attualmente portano avanti grandi progetti di espansione nei porti dell'Africa occidentale.

Bisogna sempre muoversi con anticipo, anche se rischioso e sapersi reinventare quando necessario, per mantenere vantaggi competitivi e per non perdere quote di mercato. Noi tanto nel Deep quanto nello Short sea abbiamo sempre creduto negli investimenti terminalistici in tutte le nostre aree di maggiore interesse. Il tempo ci ha dato ragione e alcuni dei nostri terminali più importanti come "AET" di Anversa, "SAT" di Salerno o "PTML" di Lagos sono casi di best practice in termini di efficienza e produttività.

Prima di pensare ai Paesi esteri dovremmo forse riconoscere l'importanza del settore marittimo in casa nostra. Non solo a livello istituzionale ma soprattutto consapevolezza sociale. Nel mio primo decennio lavorativo ho

avuto l'opportunità di viaggiare molto e di apprendere con grande stupore come in molti Paesi di minor consistenza marittima rispetto al nostro vengano attribuiti al settore un rilievo e un'importanza del tutto prioritari. L'economia del mare nel nostro paese vale circa il 3% del "Pil" ed è in crescita. Questa industria fa parte della storia e futuro del nostro Paese. Per fortuna sembra che ultimamente le istituzioni, a prescindere dall'orientamento politico, stiano nuovamente riconoscendo il loro giusto peso.

In tema internazionale di cooperazione e sviluppo economico in paesi come l'Africa è fondamentale che lo Stato e il governo accompagnino e sostengano l'imprenditorialità italiana che si affaccia in un continente non sempre facile come quello Africano. Ad esempio sfruttando al meglio le relazioni diplomatiche per comunicare e mettere insieme aziende e Paesi. Le opportunità ci sono e l'Italia è piena di realtà solide che possono dire la loro anche fuori dai confini».

Il tema dell'avvicendamento generazionale è sempre fondamentale specie in un Gruppo come il vostro che fattura più di 3 miliardi l'anno. Sembra che anche in questo caso abbiate trovato la formula giusta. Una ricetta segreta?

«Forse la risposta sta proprio nell'avvicendamento generazionale. Credo che mio nonno prima, e mio padre e miei zii poi, abbiano avuto la bravura di trasmettere la passione del lavoro ai propri figli. Quando metti passione in quello che fai è più facile trovare la formula giusta.

Lo shipping è rimasto uno dei pochi grandi settori dove ci sono ancora tante famiglie solide ai vertici delle aziende. Con un po' di presunzione dico che di solidità ne abbiamo tanta. Non siamo una società quotata, la nostra è ancora realmente un'azienda di famiglia. La mia generazione, la terza, è coesa e molto coinvolta nel lavoro quotidiano e, grazie alla crescita importante degli ultimi anni, abbiamo tanto spazio in azienda e aree di responsabilità diverse».

Qual è il vero "valore aggiunto" che la sua generazione possa portare al business del vostro Gruppo?

«Gli ultimi due decenni hanno visto una crescita così importante per il Gruppo che cercare di "aggiungere" sarà una sfida quantomeno stimolante.

Abbiamo avuto degli esempi tra le due generazioni precedenti che ci hanno permesso di avere una formazione caratteriale e imprenditoriale adatta a continuare la strada intrapresa.

Sicuramente la mia generazione può apportare una visione e idee fresche in questi tempi così alla ricerca di innovazione, automazione, ecosostenibilità e digitalizzazione. Ci attendono anni di grandi cambiamenti in questo senso anche nel mondo così tradizionale dello shipping. Stiamo già muovendo passi importanti in questa direzione e sono certo che ci faremo trovare pronti».

In un business così *capital intensive* uno degli aspetti più difficili del mestiere di armatore è quello di saper "leggere" il futuro e programmare gli investimenti. Quale scenario può prevedere il Gruppo da qui a venti anni, anche e specialmente tenendo conto dell'ingresso di nuovi attori e dello straordinario e inarrestabile impatto che il progresso tecnologico proietta nella logistica?

«Mi immagino un Gruppo che si è saputo rinnovare e adattare all'ambiente tecnologico e sostenibile che ci aspetta nei prossimi decenni. Lo stiamo già facendo oggi. Abbiamo da poco commissionato i primi esemplari di "green ships". Cercando di semplificare molto un progetto complesso, si tratta di "navi ibride" ro-ro (235 metri di lunghezza e capacità di 500 camion) che non bruciano carburante in porto grazie a 5.000 kilowattora di batterie (potenza di circa 90 auto Tesla) e che consumano il 50% in meno a parità di carico grazie a diverse tecnologie tra cui un sistema di ventilazione che crea un tappeto di bolle sotto lo scafo che ne riduce l'attrito in navigazione. Insomma il futuro è già oggi. Qualsiasi nuovo "attore" dovrà sicuramente mettersi in pari con il know how e soprattutto considerare l'ecosostenibilità alla base. Tutto il mondo della logistica, non solo della navigazione, andrà in questa direzione nei prossimi decenni».

Un'ultima domanda: l'Africa è un continente dal fascino straordinario, complesso e per certi aspetti irresistibile: qual'è il paese che più l'ha colpita? Perché?

«Sono tutti aggettivi molto delineanti e azzeccati. Si dice che la prima volta non si scorda mai ed è così. Ero entrato in azienda da poco. Il mio primo viaggio in Africa è stato per riunioni agenziali in Benin e in Togo, noi li lavoriamo rispettivamente a Cotonou e Lomè. Non sono i due paesi più grandi o più ricchi di quella costa ma l'impatto è stato molto forte. Vedere realtà così diverse e allo stesso tempo tangibili è stata un'esperienza che mi ha segnato e che porterò sempre con me. Credo che viaggi come questi, scoprire altre economie, culture e toccarle con mano, ti aiutano anche a capire meglio il ruolo del trasporto marittimo nel mondo».