

**Incontri ravvicinati** Giuliano e Lorenzo Di Luca

GIULIANO DI LUCA E LORENZO,  
PADRE E FIGLIO: DUE GENERAZIONI  
A CONFRONTO, LEGATE DA UN AMORE  
PROFONDO PER LA FAMIGLIA E DALLA  
MEDESI-MA PASSIONE PER IL LAVORO

pensieri e parole raccolti da **Silvia Montagna**  
foto di **Carlo Ramerino** e **Andrea Muscatello**



# Dedizione totale





Euronautica è concessionario Azimut, Atlantis e Bénétteau. In apertura Giuliano Di Luca tra i figli Lorenzo e Laura, rispettivamente responsabili del marchio Atlantis e del marketing. Qui sopra, con Carla Demaria.

**E**uronautica nasce circa trent'anni fa dall'intraprendenza di Giuliano Di Luca che, entrato quasi per caso nel 1968 nel mondo della nautica, se ne appassiona e ne fa un vero e proprio mestiere fondando, nel 1975 la sua società. Questa affianca Azimut dai suoi esordi, dal 1980, e cresce di pari passo con il marchio. Oggi è concessionaria oltre che di Azimut, di Atlantis e di Bénétteau per la vela. Giuliano Di Luca gestisce, affiancato dai figli Lorenzo e Laura, sei uffici a Lavagna, Varazze, Sanremo, Viareggio, La Spezia e Milano, sede legale della società, offrendo una copertura globale nel bacino di utenza della costa ligure e tirrenica.

**Giuliano Di Luca, lei è stato spettatore e protagonista del mondo nautico. Come è cambiato in tutti questi anni?**

G.D.L. *C'è stata un'evoluzione velocissima e molto radicale, una crescita vertiginosa, specialmente dagli anni '90 in avanti. Per fortuna ci sono imprenditori che hanno voglia di investire e di innovare, di crescere anche dal punto di vista della qualità del prodotto. Basta guardare i risultati a livello di fatturato e il volume di esportazione per dire che la posizione della cantieristica nel mondo, che era già preminente negli anni '90, si è ulteriormente rafforzata e ha raggiunto livelli ragguardevoli.*

**Come si avvicina il cliente?**

G.D.L. *Le manifestazioni tipo Genova sono un valido punto di incontro che ci permette di venire in contatto con possibili armatori, rivedere clienti già acquisiti, che vengono per verificare la possibilità di cambiare barca o genere. Sono poi importanti i canali pubblicitari attraverso le riviste di settore e, non ultimo, l'ottima pubblicità che può fare il cliente soddisfatto. Il classico passaparola è un veicolo da non sottovalutare.*

*Possiamo contare ormai su un volano di clienti fidelizzato che, quantomeno, prima di andare altrove si ricorda della nostra azienda, chiama, verifica se abbiamo quello che cerca.*

**Quali sono i servizi che ritenete più importanti?**

L.D.L. *Prima di tutto il cliente ha bisogno di sentirsi coccolato e protetto, deve capire che ha a che fare con dei professionisti e con qualcuno che ha la sua stessa passione per il mare. In qualsiasi momento siamo a sua disposizione. Abbiamo la fortuna di trattare un giocat-*

*tolo di lusso per i grandi e proprio per questo non possiamo permetterci di sbagliare, di essere scortesie e di non essere presenti nel momento in cui il cliente ha bisogno di noi.*

*A prescindere da un servizio a 360 gradi per quello che è la gestione, la cura e la custodia dell'imbarcazione, offriamo anche dei collegamenti sia a livello di gruppo sia a livello di Euronautica per la gestione e la possibilità di charterizzare l'imbarcazione. Abbiamo posti barca disponibili nei marina di Lavagna, di Varazze e di Sanremo per ospitare i nostri armatori. Stiamo verificando, nella nostra area, quali strutture stanno per nascere, come può essere il marina di Imperia, Cala de Medici, che è già nato; a Livorno, dove l'Azimut sta mettendo a nuovo gli ex cantieri di Orlando. Per quello che riguarda l'assistenza durante l'estate, oltre alla nostra squadra di pronto intervento sulla costa, abbiamo contatti in Corsica e in Sardegna con cantieri molto importanti e preparati. Da parte dei cantieri c'è sempre la massima disponibilità e collaborazione nell'inviare le parti di ricambio.*

*Da qualche anno abbiamo adottato l'abitudine di dotarci di una serie di ricambi a stock in modo che il nostro cliente in ogni caso, e domenica compresa, non debba aspettare tempi di spedizione.*

**Come si è chiuso l'anno per voi?**

L.D.L. *La scorsa stagione, 2006-2007, ha sicuramente patito, un po' come la nautica in generale, a causa di un certo tipo di orientamento politico del Governo. Abbiamo notato che si è alzata la gamma dei prodotti trattati a discapito della fascia intorno ai 40 - 45 piedi. Per quanto riguarda Atlantis, quest'anno abbiamo collezionato degli ottimi risultati con le imbarcazioni più grandi. L'ultimo dealer meeting ci ha visto premiati come specialisti dell'Atlantis 55.*

*In Azimut abbiamo raggiunto importanti risultati. La nostra azienda fattura oltre 20 milioni di euro all'anno come valore produttivo. Siamo una struttura non più strettamente familiare, ma ormai composta da 30 persone.*

*Guardiamo con fiducia ai progetti di Atlantis e alle proposte Azimut per il futuro. La speranza è che il mercato continui a essere così invogliato*

**Quali sono le vostre previsioni per il futuro?**

G.D.L. *Ovviamente si fa un po' affidamento su quello che può essere la situazione generale del mercato in cui si lavora. In Italia indubbiamente questa incertezza politica crea un po' di apprensione anche nell'utenza. C'è attualmente una situazione di stallo nella fascia media della barca. Per fortuna la fascia medio-alta continua a essere presente e concretamente attiva. Per la prospettiva futura sarebbe auspicabile si creassero delle condizioni di economia generale un po' più solide e più chiare per fare ripartire quella potenziale clientela che vorrebbe avvicinarsi alla nautica o prendere la barca un po' più comoda. È una linfa nuova: più appassionati realizzano il loro desiderio, più abbiamo dei clienti da servire. Magari incominciando dal classico 12 metri che è il motorcruiser per antonomasia, e poi crescendo come in passato*

**Quali sono i timori?**

L.D.L. *Tra di noi ci diciamo che abbiamo le spalle abbastanza grosse, quindi possiamo assorbire certi colpi del mercato. Abbiamo marchi di primaria importanza, quindi, egotisticamente, prima di noi dovrà aver paura qualcun altro.*

*In particolare credo che Atlantis, a livello di brand, e Azimut, come gruppo, possano veramente raggiungere grandi traguardi. Le paure sono quelle che non si decida a livello politico e fiscale, come si è fatto in altri anni in passato, di puntare il dito contro il settore nautico. La cantieristica italiana è, invece, un settore di primaria importanza che va tutelato e incoraggiato.*

**Siete legati a due marchi importanti, leader di settore. Che cosa è per voi la qualità? È una scelta o una necessità?**

L.D.L. *La qualità è una necessità e anno dopo anno sta diventando sempre più importante il suo rapporto con il prezzo. Qualità non vuol dire solo grandi numeri, solo grandi guadagni, anzi. Spesso e volentieri buona parte di quello che Euronautica riesce a ottenere dal suo lavoro, viene reinvestito in preparazione dei tecnici,*

**«Nel nostro lavoro non possiamo permetterci di sbagliare, di essere scortesie e, soprattutto, di non essere presenti nel momento in cui un cliente ha bisogno di noi»**



**Lorenzo e Giuliano Di Luca fotografati sull'Azimut 98' durante il Salone di Genova scorso. Euronautica ha attualmente sei uffici, a Lavagna, Varazze, Sanremo, Viareggio, La Spezia e Milano.**

*in attrezzature, in automezzi, in imbarcazioni e allo stesso tempo in personalizzazione delle imbarcazioni. Qualità è qualcosa che deve essere tangibile e deve permettere al cliente di potersi godere i tanto attesi e guadagnati 15, 20 giorni di crociera senza problemi. G.D.L. Vorrei fare un discorso che parte da più lontano. Quando ho iniziato a lavorare con Paolo Vitelli, negli anni '80, si facevano barche totalmente diverse. Questo principalmente perché per un certo numero di anni Azimut si è appoggiata a cantieri terzi a cui appaltava le barche. A fine anni '80 la svolta importante: Azimut ha deciso di impiantare un cantiere proprio. Da quel momento si è incominciato ad avere un prodotto sicuramente di qualità superiore, affidabile e più accattivante da un punto di vista estetico-funzionale. Da almeno una decina d'anni lo standard di Azimut ha raggiunto livelli qualitativi notevoli. Comunque il giudice vero è l'utente finale. Se lo deludi una volta non torna più. È una componente essenziale. Bisogna sempre cercare di migliorare e di migliorarsi. Azimut è uno dei pochi cantieri che hanno un reparto che lavora 12 mesi l'anno esclusivamente alla ricerca di soluzioni, innovazioni e cambiamenti da apportare. Ovviamente a noi concessionari dà una certa tranquillità e la possibilità di guardare il futuro con ottimismo.*

**Com'è lavorare con i propri figli?**

*Oltre che piacevole è una grande soddisfazione morale perché posso dire che se i figli continuano sulla strada del padre vuol dire che la scelta fatta a mio tempo è condivisa. Cerco di stare attento a non creare situazioni che possano dare atto a conflittualità: ci siamo divisi ognuno la propria sfera di azione con una certa autonomia, per non correre il rischio di entrare in discussione su questioni di poca importanza. Viceversa ci ritroviamo tutti insieme quando è il momento di prendere delle decisioni importanti che prevedono degli investimenti significativi. Si fa la classica "riunione di famiglia" e ognuno esprime le proprie opinioni.*

**Com'è lavorare con il proprio padre?**

*È un grande stimolo e una grande fortuna, oltre che un vantaggio: poter avere di fronte qualcuno che quando serve ti indica la strada più corretta e difficilmente sbaglia. Mio padre dopo quarant'anni di onorata carriera ha non solo i capelli grigi ma un bel po' di esperienza. Il confronto con lui è uno stimolo a migliorarsi sempre e a crescere. Ritengo che sia riuscito soprattutto a proteggermi e a stimolarmi per confrontarmi con gli altri se non su uno stesso livello, addirittura su un livello superiore, per il tipo di lavoro che sarei andato a fare. Poi è bello stare insieme anche quando non si lavora, indipendentemente da quello che è successo durante la giornata. ■*