

Fedra GENERINI



Fedra Generini Director of Marketing e Communication and Brand Management di Quicksilver

A colloquio con Fedra Generini, Director of Marketing e Communication and Brand Management di Quicksilver, marchio del gruppo Brunswick

mercato italiano, inizialmente con la serie Activ, implementata di continuo fino ad avere oggi una ricca gamma di prodotti, e poi con altri modelli. Qual è stata la risposta degli utenti in generale?

Risposta. Negli ultimi anni abbiamo fatto importanti investimenti sul prodotto e nell'immagine. Il mercato Europeo ha reagito molto bene alle nostre iniziative, e in particolare l'Italia ha dimostrato un grosso interesse per il prodotto Quicksilver, inizialmente soprattutto per la gamma Activ. Uno dei punti di forza è stato il grosso investimento fatto nel posizionamento del prodotto, trasmettendo al cliente i messaggi riguardanti: design - affidabilità - sicurezza - comfort. Grazie al risultato positivo ottenuto abbiamo avuto la possibilità di poter continuare gli investimenti nel marchio e abbiamo rinnovato tutti i modelli delle barche Quicksilver.

Domanda. Che differenze o problematiche riscontrate principalmente tra il mercato italiano e gli altri mercati europei ove siete presenti? E perché secondo voi?

Risposta. Il prodotto Quicksilver viene distribuito in tutta Europa inclusi i Paesi scandinavi, e negli ultimi anni ci stiamo allargando anche a nuovi mercati come l'Australia, il Medio Oriente, l'Africa, il Giappone e alcuni Paesi nell'America del Sud. Anche se i mercati sono molto simili tra di loro, ogni Paese ha proprie esigenze dettate dallo specifico utilizzo del natante. Il



Activ 555 Open

mercato italiano in questi anni ci sta premiando in quanto la nostra gamma offre tutto quello che normalmente un diportista richiede; comodità per pescare, ampio prendisole, immagine di prestigio, senza tralasciare il nostro punto forte, la sicurezza in mare.

Domanda. Quicksilver vanta due linee di prodotto: una (la più corposa) che abbina motorizzazioni fuoribordo

natante che adotta tale motorizzazione.

Domanda. Avete recentemente presentato il modello Activ 755 Weekend, uno scafo poliedrico, ben studiato negli interni e che tra l'altro manifesta eccellenti doti di navigazione. Può descriverci brevemente il cliente ideale di questo modello, al quale Quicksilver ha pensato in fase di progettazione?

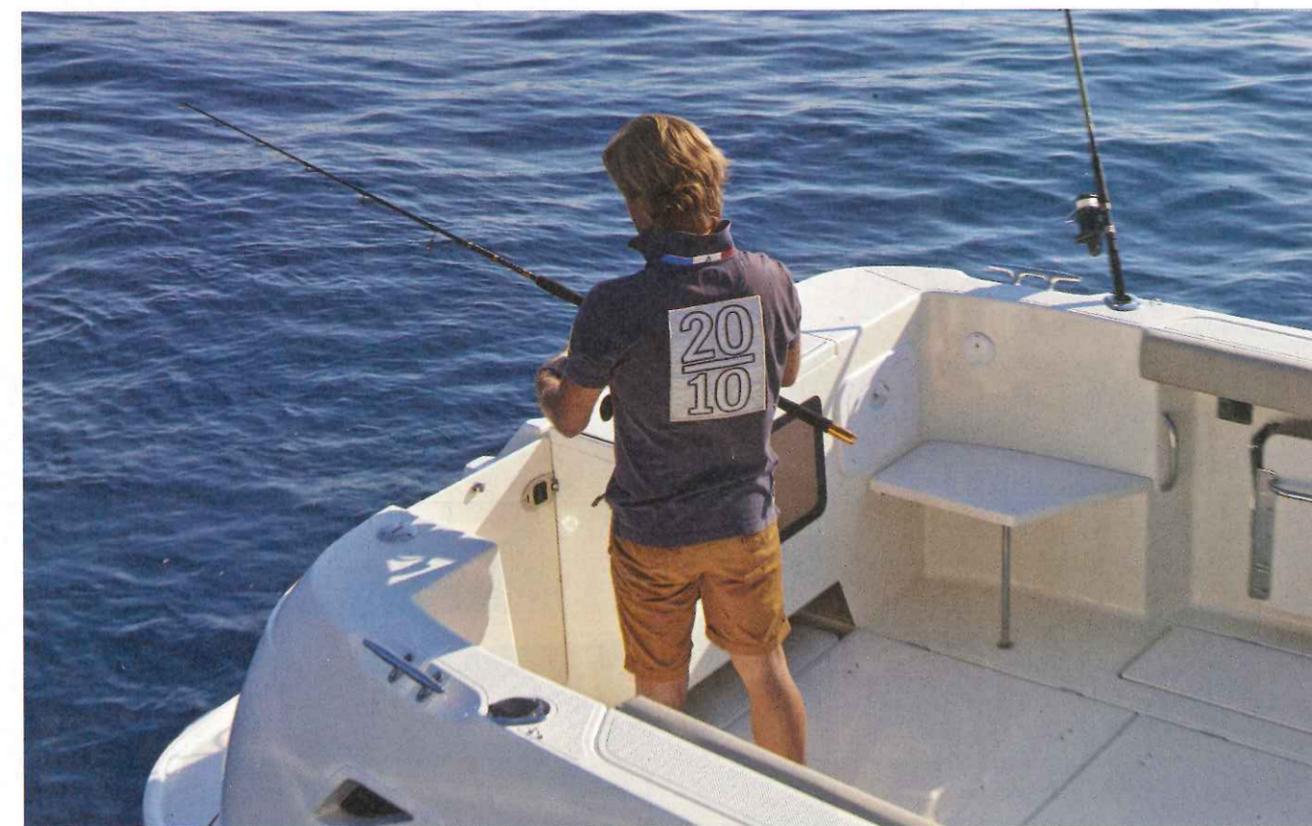
e l'altra (minoritaria come modelli) che monta motorizzazioni entrofuoribordo. Che tipologia di motorizzazione preferiscono gli italiani secondo i vostri dati e perché?

Risposta. Normalmente le imbarcazioni più richieste sono quelle motorizzate con motori fuoribordo. Questa esigenza deriva da una maggiore versatilità di utilizzo del

Risposta. La nuova Activ 755 Weekend è un'imbarcazione che cerca di abbracciare una molteplice fascia di clienti grazie alla sua versatilità di utilizzo. In effetti è stata progettata per soddisfare gli utenti che vogliono utilizzare l'imbarcazione a 360 gradi ed anche al di fuori dall'alta stagione. In generale si può definire una barca ideale per la famiglia, ma allo stesso tempo vogliamo dare la possibilità a tutti i clienti di utilizzare questo modello per qualsiasi esigenza o passione che il mare può offrire.

Domanda. Arvor e Pilothouse, due serie della stessa famiglia Captur studiate per la pesca che, aldilà della tipologia di motorizzazione adottata, propongono scafi sommariamente diversi. Quali sono gli acquirenti ideali di Arvor e quali quelli di Pilothouse?

Risposta. In effetti la serie Captur dedicata alla pesca è suddivisa in due categorie: Arvor e Pilothouse. La distinzione è dovuta principalmente al



L'ampio pozzetto dell'Arvor 810 consente di effettuare comodamente l'azione di pesca

tipo di utilizzo dell'imbarcazione. Infatti, anche se in apparenza le imbarcazioni potrebbero sembrare abbastanza simili, i due prodotti si distinguono in molti particolari. L'Arvor nasce come imbarcazione con accorgimenti e accessori dedicati al cliente che desidera effettuare la pesca sportiva e ricreativa, in particolare la traina a bassa velocità e soprattutto con più canne. Il progetto nasce grazie alle esperienze di molti professionisti del settore e per realizzare queste imbarcazioni sono stati utilizzati accorgimenti tecnici che i vari utilizzatori negli anni ci hanno trasmesso. Motorizzate con motore entrobordo diesel le imbarcazioni Arvor si rivolgono a tutti quei clienti che desiderano navigare lentamente, senza sforzare il motore ed avere così minore usura del motore stesso oltre a consumi più bassi. La gamma Pilothouse direi che è piuttosto simile e si rivolge ai clienti che amano la pesca ma non solo. La macro caratteristica che distingue questa serie è la motorizzazione fuoribordo. Questo progetto, oltre ad essere molto utilizzato per la pesca, negli anni ha sposato una fascia di clienti che normalmente utilizzano l'imbarcazione per le uscite con tutta la famiglia.

Domanda. La pesca e Quicksilver, due mondi sempre più vicini tra loro grazie alle imbarcazioni che avete predisposto sempre con maggior attenzione per questa disciplina sportiva. Come mai questo vostro interesse nei confronti del settore?

Risposta. Direi che la pesca è da sempre nel DNA del marchio. Infatti Quicksilver costruisce barche da pesca fin dall'inizio della sua storia perché ha sempre considerato il settore di grande importanza commerciale. La pesca è un'attività molto diffusa tra i diportisti in tutta Europa, e per questo motivo sono stati fatti grandi investimenti per cercare di realizzare prodotti sempre più adatti a soddisfare le esigenze del moderno pescatore sportivo.



Activ 905 in navigazione lenta

Domanda. Come ha reagito Quicksilver a questo "decennio" difficile per il mondo nautico?

Risposta. Tutti conosciamo il difficile momento economico. Questa situazione che ormai prosegue da parecchi anni ci ha spinto a nuove sfide per il mercato. Quando tutto sembrava impossibile e quando il mercato non reagiva all'offerta, Quicksilver ha deciso di fare importanti investimenti nel settore proponendo nuovi modelli ma soprattutto investendo moltissimo su prodotto e qualità. In questi anni complicati abbiamo posto molta attenzione alle esigenze dei clienti cercando di proporre nuove imbarcazioni che stimolassero l'interesse del

mercato. Per realizzare questo abbiamo concentrato le nostre risorse oltre che nella produzione e progettazione anche nel settore marketing per trasmettere al cliente tutte le peculiari caratteristiche dei nostri modelli.

Domanda. Ci fa un quadro generale sulla posizione globale attuale di Quicksilver in Europa ed in Italia e quali sono i piani di espansione che avete intenzione di mettere in atto?

Risposta. Siamo leader a livello Europeo e anche in altri Paesi extra europei, dove siamo presenti con una rete distributiva molto capillare. Questo ci permette di avere una presenza diffusa sul territorio che ci consen-



Nuovo Activ 755 Weekend

te di garantire sempre un ottimo servizio ai nostri clienti. Punto di forza della Quicksilver è quello di presentare un nuovo prodotto ogni dieci settimane. Questo ci dà la possibilità di essere sempre in linea con le esigenze del mercato e con le aspettative dei clienti.

Domanda. Mi ha accennato ad un piano espansionistico e di sviluppo che riguarderà Quicksilver nel triennio 2016, 2017 e 2018. Può darci qualche informazione in più in tal senso?

Risposta. Per ragioni di riservatezza in questo momento non posso darvi troppe informazioni, ma posso dire che quest'anno ci saranno ancora nuovi modelli nella serie Activ, in particolare nella gamma Open e Sundeck.

Domanda. Una domanda che pongo sempre a fine intervista: un suo so-

gno nel cassetto realizzabile a breve termine.

Risposta. Il mio sogno è quello di rendere il marchio Quicksilver sempre più incisivo nel mercato Europeo, allargando l'interesse a mercati che per ora non abbiamo ancora sviluppato.

Sono certa che nel panorama mondiale Quicksilver giocherà ancora più di oggi un ruolo fondamentale nel mercato nautico.

Il mio obiettivo, o se vogliamo usare il termine sogno, sarà quello di far conoscere il più possibile a tutti gli appassionati di nautica il nostro prodotto, cercando di consolidare sempre

di più il rapporto tra noi e il cliente finale. Sono certa che una delle chiavi del successo sia proprio quella di trasmettere trasparenza e soprattutto far capire agli appassionati che con Quicksilver tutti possono realizzare il proprio sogno. #



In azione dal pozzetto di un Activ 905

NXGEN
FLUOTEC

Adatto per ogni esigenza.



TRIDENT
LINE

COLMIC
CHAMPION QUALITY IN FISHING TACKLE

www.colmic.it



Available on the App Store

Available on Google play