

03 maggio 2011
SOO HO KIM (HMM)
«IL MERCATO? OGGI È ANCORA IN BILICO»

Senago. Si è svolta a **Villa San Carlo Borromeo**, antica dimora storica a Senago, poco a Nord di Milano, la cena organizzata da Hyundai Merchant Marine Italy per la propria selezionata clientela della Lombardia e della Liguria. Un'occasione per trascorrere una piacevole serata con i propri maggiori clienti, per rinnovare e rafforzare i rapporti interpersonali e incrementare il business futuro: pubbliche relazioni. Un aspetto al quale i coreani di Hyundai tengono molto, e proprio per questo ogni anno organizzano una grande festa invitando i clienti che maggiormente hanno contribuito alla crescita ed al successo della società in Italia.

Il presidente Hyundai per l'Europa, Soo Ho Kim, con il vice presidente, J.B.Kim, sono arrivati direttamente da Londra per accogliere i clienti



S.H.Kim, presidente Hmm per l'Europa si è svolta durante la cena.

italiani in villa, alla presenza dei vertici Hyundai Italia: D.H. Oh amministratore delegato, D.J. Bae direttore finanziario, Gianluca Scalisi direttore commerciale Italia, e tutto lo staff commerciale Hyundai Italy. L'intervista a



Hyundai ha aperto i suoi nuovi uffici a Genova nel 2008. Da allora come siete andati?

«Direi bene, anche se in mezzo c'è stato il difficile periodo della crisi economica. Lo scorso anno abbiamo aperto

il nuovo servizio su Venezia, che ci sta dando grandi soddisfazioni. Ormai è operativo da quasi un anno, perché lo inaugurammo a maggio del 2010. Posso dire che da Venezia e Trieste partono - grazie al bacino servito da questi porti, l'Est europeo - navi cariche al 65 per cento, dirette verso l'Asia. E questa per noi è davvero una buona percentuale».



Avete progetti di nuovi investimenti, nuovi servizi, assunzioni...

«Piano. La scorsa settimana a Londra, dove è il mio ufficio, ho partecipato a un convegno, dove i broker di Clarksons illustravano la

crescita del settore container dello scorso anno. Un 25 per cento! "Certo - si può pensare - questo è un grande risultato". Però andiamo..., pensiamoci bene: l'anno prima i traffici erano scesi del 25 per cento se non oltre... Insomma, cosa voglio dire? Che il mercato si sta semplicemente allineando ai livelli pre-crisi. Non dobbiamo essere troppo euforici, dobbiamo imparare a essere prudenti. In questo momento, credo che gli equilibri di mercato non vadano turbati. Tutto questo per concludere: sì, sicuramente in Italia, ma non solo, abbiamo degli investimenti in cantiere».

Un commento sull'attuale mercato dei noli?

«Decisamente non è uno dei momenti migliori. I noli per i container sono piuttosto bassi: e la situazione è in bilico».

Terremoto in Giappone, pirati in Somalia, turbolenze in Nord Africa...

«Sì, anche questo non aiuta».



Progetti per diversificare il vostro business?

«La nostra flotta è costituita in prevalenza da unità portacontainer. Abbiamo delle navi cisterna e operiamo anche nel project-cargo, settore che negli ultimi

tempi sta tornando al centro dell'attenzione».



La domanda di energia dei Paesi in via di sviluppo sta crescendo. Un ingresso sulle rinfuse secche?

«Direi che dal dry-bulk in questo momento c'è solo da tenersi alla larga. Troppe navi in

circolazione».

Però nel settore container anche voi siete tornati a ordinare nuove unità.

«Certo, anche con l'immissione di nuove navi sul mercato bisogna però fare attenzione: non bisogna rompere un equilibrio precario».

Alla cena erano presenti clienti quali Dhl, Geodis, Panalpina, Casasco & Nardi, Monava, Rohlig, Jet Line, Iscotrans, Fulcargio, Gava, Fertransport, Pacorini, Vector, Logimar, G&M, Aprile, Tecnofreight, Alisped, Fercam, Savino Del Bene.

