

Una sfida vinta

Il Salone si è dimostrato un eccezionale strumento per far ripartire la nautica italiana. Si è respirata un'aria nuova tra stand e banchine, **contenti** sia gli operatori che i visitatori.

Particolare entusiasmo nei settori della vela e delle imbarcazioni a motore di medie e piccole dimensioni. Appuntamento al 30 settembre 2015 per la 55° edizione

di Clelia Pirazzini



► «Il supporto della politica è fondamentale per la ripresa del nostro settore – ha affermato il presidente di Ucina, **Massimo Perotti** – Possiamo finalmente riscontrare un grande sforzo a 360° di tutte le formazioni politiche a favore della nostra industria».

Oltre le aspettative il riscontro finale dopo i sei giorni di Salone Nautico di Genova. Il primo grande dato positivo è quello sull'affluenza del pubblico: non si è distanti dai numeri dell'anno scorso con **109.200 visitatori** la manifestazione ligure si conferma come la più frequentata del Mediterraneo. Molto bene anche il potenziale giro d'affari sviluppato secondo l'Osservatorio Nautico Nazionale: la maggioranza del totale degli operatori, **53,8%**, si è dichiarata più soddisfatta della qualità dei contatti avuti con i clienti rispetto all'edizione precedente, **il 28,8% in linea con l'anno passato**. Si tratta di numeri che rispecchiano molto bene l'entusiasmo degli operatori per un Salone che è tornato a essere un luogo dove si vendono veramente le barche, gli accessori e i servizi che gravitano intorno alla nautica. C'era grande fermento di visitatori lungo le banchine, con una vera folla "d'altri tempi", ma notevole movimento si è registrato anche all'interno degli stand, alle scrivanie dove si firmano i contratti. Il Salone è stato quindi in grado di leggere la situazione del mercato e



ha dimostrato di sapersi velocemente adeguare. Il Salone Nautico del 2014 è il primo a essere organizzato da I Saloni Nautici SpA. La sua "governance" si basa sulle esigenze e le richieste degli associati Ucina. L'obiettivo era quello di creare una struttura moderna ed efficiente per il Salone Nautico, a fronte delle difficoltà emerse nelle edizioni precedenti. È stato quindi elaborato un realistico piano di tre anni per il rilancio della manifestazione: la tappa della 55esima edizione è in programma dal 30 settembre al 5 ottobre 2015. Gli ottimi risultati che si possono riscontrare sia in termini di numeri che di soddisfazione degli operatori sono la dimostrazione di come questo lavoro stia già dando i suoi primi significativi frutti. L'ambito su cui si sente il bisogno di lavorare per il futuro è la qualità degli spazi e delle strutture che vengono messe a disposizione. Di certo è migliorata la qualità dei servizi, a cominciare dalla ristorazione che, sulla base della collaborazione di Ucina con Eataly, ha fatto un grande passo in avanti, anche se, secondo noi, i punti di ristoro dovranno essere potenziati per il futuro. La per- (segue)

54° Salone Nautico Internazionale di Genova

«Aiutato anche dal Governo il settore nautico deve continuare a essere una nostra eccellenza. Questa è una risorsa del Paese» ha affermato il Ministro **Maurizio Lupi** nel corso della cerimonia inaugurale.



cezione, da parte di visitatori e operatori, di poter vivere un Salone molto più efficiente, funzionale e piacevole, era assolutamente palpabile negli stand e lungo le banchine della manifestazione. Tra gli altri punti di forza del Salone va segnalato il grande successo delle "sea experience", la possibilità di provare in mare imbarcazioni a vela, a motore e gommoni. Le uscite organizzate dai vari brand esposti sono state più di 1.300, con quasi 3.000 persone coinvolte. Un piccolo esercito di giovanissimi è invece stato messo in acqua dalla Federazione Italiana Vela e "Navigar m'è dolce", l'iniziativa di Ucina per la promozione della nautica, con oltre 1.200 piccoli marinai in erba che hanno sperimentato i loro primi bordi nelle acque di Genova. Ottimo anche il riscontro degli incontri organizzati con il supporto di ITA (Italian Trade Agency, ex ICE) tra operatori e stampa straniera con gli espositori del Salone aderenti all'iniziativa. Puntare su una maggiore internazionalizzazione del Salone era uno degli obiettivi primari di quest'anno e sicuramente, in quest'ottica, i 500 incontri realizzati tra buyer stranieri ed espositori e i 960 press-match che hanno avuto luogo, rappresentano un dato decisamente positivo. Nel complesso erano 108 gli operatori stranieri presenti invitati da Italian Trade Agency - di cui 68 i giornalisti - provenienti da 30 diversi paesi. Tra le nazioni più rappresentate: USA, Germania, India, Emirati Arabi, Brasile, Russia, Spagna e Cina (incluso Hong Kong). Massimo Perotti, Presidente di Ucina ha dichiarato: «La conclusione del salone vede confermata l'inversione di tendenza annunciata a maggio al di là delle più rosee attese della vigilia. Le vendite migliorano, ma il mercato nautico italiano non può nascere da solo. La strategia di Ucina è di puntare con grande energia, forza e determinazione sul Salone Nautico Internazionale di Genova. Un mercato non risale da solo, ma va incentivato e occorre intervenire per ricrearlo. Il 2014 va considerato un anno zero da cui ripartire, abbiamo bisogno della spinta di tutti i soci sia per rinnovare il mercato sia per fare forte il Salone».



L'economia della nautica

Il comparto della nautica sta ancora attraversando una fase di crisi legata alla sfavorevole congiuntura economica internazionale, ma questo ultimo periodo è stato caratterizzato da un timido segnale di ripresa. Nell'ottica di favorire il settore si è cercato di individuare quelle strategie atte ad un progressivo e costante rilancio delle industrie che si traduce anche in occupazione, visto che negli ultimi cinque anni si sono persi 18.000 posti di lavoro diretti, che si vanno ad aggiungere ai 40.000 dell'indotto. Massimo Perotti, Presidente UCINA Confindustria Nautica, ha puntualizzato come sia più che mai importante il supporto della politica, che finalmente si è resa conto delle difficoltà del comparto che dal 2008 ad oggi ha registrato una perdita del 65% passando da un fatturato di 6,2 miliardi di Euro a 2,4 miliardi. L'attivazione del Registro Telematico della Nautica è già un fattore positivo, avendo determinato la riduzione dei controlli in mare, con relativa perdita di tempo per i diportisti e creando fiducia su nuovi eventuali acquirenti per un ripresa del mercato domestico che ha particolarmente sofferto in questi ultimi anni. Ma occorre fare di più, ha continuato Massimo Perotti. Innanzi tutto ridurre i Corpi di Polizia in mare affidando il controllo magari alla Capitaneria di Porto e alla Finanza, quindi snellire l'apparato burocratico per le attività varie che ruotano intorno alla nautica; questo potrebbe essere un incentivo per il rientro in Italia delle 40.000 barche fuggite all'estero anche a seguito della famigerata tassa introdotta dal Governo Monti. Un danno notevole per l'erario che ha perso 900 milioni di euro. Altra iniziativa da portare avanti è quella del rilancio del leasing nautico sceso da un totale di 2 miliardi di euro a circa 100 milioni, ma anche la Delega al Governo per la riforma del Codice della nautica da diporto che è stata approvata dalla Commissione Lavori Pubblici del Senato e si dovrà attendere il voto definitivo dell'aula, per poi passare alla Camera. Per ciò che riguarda i Marina Resort, punto di partenza per incrementare il turismo nautico, è opportuno che venga resa stabile la norma che li equipara alle strutture ricettive di terra che usufruiscono di un'IVA agevolata all'11%. Su questo punto si è soffermata Paola De Micheli Vice Capogruppo PD alla Camera, la quale ha ribadito che si deve guardare alla nautica come ad un settore che dà lavoro e non come un lusso, favorendo tutte quelle iniziative correlate, quali i Marina Resort, valorizzando quindi il territorio, il mare e le coste. Il Vice Ministro dello Sviluppo Economico Carlo Calenda si è soffermato sull'internazionalizzazione, che grazie a buyers e operatori stranieri deve essere il punto di forza di un settore, come quello della nautica da diporto, che ha sempre puntato sul lusso e l'eccellenza, arma vincente contro l'agguerrita concorrenza straniera. Il Governo è intenzionato a supportare la nautica, ha continuato Calenda. Quest'anno per sostenere il Salone e la Fiera di Genova sono stati assegnati 1,8 milioni di euro che potrebbero ampiamente superare i 3 milioni l'anno prossimo. Ma per questo stanziamento è necessario sia presentato un progetto fatto dall'industria per l'industria. E saranno sempre le aziende a decidere se restare a Genova o organizzare altrove la manifestazione. A questo proposito è intervenuto il Presidente UCINA Massimo Perotti. Se le Autorità cittadine non ci verranno incontro, ha detto, ce ne andremo. Avevamo chiesto la concessione a lungo periodo della nuova darsena, ma ci è stata concessa soltanto fino al 31 dicembre del 2015. Il progetto futuro è quello di puntare sull'internazionalizzazione del Salone richiamando buyers stranieri. È un'occasione non solo per il rilancio delle aziende nautiche, ma per tutta la città.

(segue)



Dal porto turistico al marina resort

Per il rilancio del settore nautico non si chiedono soltanto porticcioli turistici, ma i Marina Resort. Quelle strutture più complete in grado di offrire servizi accurati a quei turisti che desiderano trascorrere una o più notti a stretto contatto col mare, dormendo su una barca, ma usufruendo di quelle comodità alle quali si è abituati. A questo proposito sembra che il Governo sia intenzionato ad assecondare le richieste degli addetti ai lavori, a tal punto che ha inserito i Marina Resort nel decreto Sblocca-Italia per rendere stabile il provvedimento che dimezza l'Iva dal 22 all'11%. I Marina Resort devono però fare un salto di qualità, ha ribadito Roberto Perocchio, Presidente Assomarinas, in modo da andare incontro alle esigenze dei turisti, anche stranieri ai quali si deve proporre un soggiorno completo, a diretto contatto col territorio, proponendo spunti culturali, enogastronomici, naturalistici che non mancano certamente in ogni angolo della nostra bella Italia. Un ruolo di primo piano dovrà essere svolto dal personale, al quale si chiede una alta professionalità, ha continuato Perocchio, facendo presente come si siano già avviati corsi di formazione per la gestione dei Marinas. A questo proposito è intervenuto Simone Cavallini della Luiss Business School il quale ha illustrato il Programma Executive Master Marine Management che ha come obiettivo la formazione di un alto profilo di direttore di porto turistico e marina manager. Il master avrà una durata complessiva di 29 giornate. Un quadro di funzionamento positivo è stato poi presentato da Leandro Gasperini che ha portato ad esempio alcune iniziative intraprese dalla Regione Friuli-Venezia Giulia che ha dichiarato i Marina Resort **“Strutture Ricettive all'aria aperta”**, equiparandole a quelle di terra come i campeggi, con Iva ridotta. Da porticciolo la struttura è diventata un piccolo villaggio turistico, si è quindi pensato di classificarlo con una o più stelle a seconda dei servizi offerti.

➤ Sono state ufficializzate le menzioni per la selezione **“Migliore Accessorio 2014”**, il premio con cui **Ucina e Adi - Associazione per il Disegno Industriale** - promuovono la valorizzazione dei migliori accessori della nautica. Le menzioni della giuria presieduta da **Luisa Bocchietto, Past President ADI** e composta da **Enrico Leonardo Fagone, Responsabile Osservatorio ADI Liguria, Paolo Martano, giornalista, Stefano Pagani Isnardi, Responsabile Ufficio Studi/Supporto tecnico progetti Ucina, sono andate a: Razeto e Casareto, FC 0, Foresti e Suardi, Yacht Controller, Parà, Nemo, Besenconi, CMD- Costruzioni Motori Diesel- Lega Navale Italiana, Stan, Azienda Guidi.**



Il design motore di sviluppo

Tutti concordano, il design nautico deve considerarsi un fatto di cultura, di armonia, tra estetica e funzionalità. La strada che hanno seguito in questo senso gli architetti italiani del settore si è dimostrata vincente. Il made in Italy per ciò che riguarda la nostra produzione nautica non teme alcuna concorrenza. È qualcosa di unico, perché ci si è mossi tra progetti e artigianato creando un abbinamento perfetto e un valore aggiunto. Il design infatti può essere copiato, l'artigianato no. È ciò che è emerso nel seminario “Design motore di sviluppo” tenutosi a Genova durante il Salone Nautico Internazionale. Marco Sabetta, Direttore Generale del Salone del Mobile di Milano ha confermato questa tesi, portando ad esempio il successo dell'esposizione lombarda dove i clienti di tutto il mondo arrivano sempre più numerosi per ammirare e acquistare la produzione Made in Italy, unica, irripetibile, raffinata, grazie all'esperienza di esperti i quali hanno trovato la giusta connessione tra design e cultura. Il mondo cambia, si evolve ed è quindi necessario guardare all'innovazione, Giovanni Lanzone della Domus Academy ha ribadito come oggi il design sia detonatore di oggetti nuovi e il miracolo consiste nel realizzare prodotti di avanguardia trasformandoli in oggetti d'arte. Dello stesso avviso Massimo Perotti, il quale ha voluto precisare di parlare non come Presidente Ucina, ma come imprenditore dei cantieri Sanlorenzo. È necessario fare ricerca, ma non distruggere quel patrimonio di esperienze che ha sempre caratterizzato la nostra cantieristica, ha detto. Fare quindi ricerca mantenendo la tradizione, pur innovando. Sempre su questo tema si è espresso Ernesto Gismondi di Artemide ribadendo che l'innovazione è centrale in quanto il design non è fine a se stesso, ma deve essere più tecnologico, con gusto e raffinatezza. **Giovanni Zuccon della Zuccon International Project si è soffermato sull'importanza del design per la realizzazione di barche da vivere.** Non solo è importante guardare ai risultati estetici, ma anche a tutte quelle cose pratiche, indispensabili per il nostro comfort. Nella nautica la barca è spesso considerata una casa con al centro l'uomo col suo vivere. Quindi si deve puntare ad un design come la forza che coordina tutte le altre forze, cioè il design deve essere una operazione di sintesi senza perdere di vista il motivo primario, cioè che si fanno architetture che vivono sul mare. Su questo argomento è intervenuto il dottor Giovanni Ciccarelli ricordando come sia prioritario tenere presente che si deve progettare nel rispetto del mare e non della moda del momento. E visto che le esportazioni stanno dando ossigeno alla nostra cantieristica Mario Pedol della Nauta Yachts ha ricordato come sia importante andare sui mercati esteri dando più spazio alla comunicazione sposando il design col marketing.

A 122 metri di profondità il Giuseppe Garibaldi

Un pubblico numeroso di appassionati di storia militare ha seguito la conferenza **“La Grande Guerra”** e la mostra documentaria svoltasi nell'ambito del Salone Nautico di Genova e organizzata dalla Associazione Orfani di Guerra e delle Missioni Militari e Civili O.n.I.u.s. A ricordo del tragico periodo 1914-1918 sono stati emessi francobolli commemorativi, già presentati nella **1° Mostra Documentaria di Torre di Villafranca a Moneglia.** Si è poi parlato delle ricerche di un team di subacquei in Adriatico che dopo un lungo periodo di immersioni hanno recentemente ritrovato nella zona di Dubrovnik, a poche miglia dalla costa e ad una profondità di 122 metri, il relitto dell'incrociatore corazzato Giuseppe Garibaldi, silurato nel 1915 da un sommergibile U-4 dell'Imperial Marina austroungarica.