

Industria nautica italiana da dove parte la ripresa



UCINA-Confindustria nautica - ha presentato a Genova durante il Convegno Satec 2010 lo stato della nautica italiana dopo la crisi. Con oltre 3 miliardi di dollari l'Italia continua ad essere il primo Paese per valore di esportazioni di yacht e barche da diporto, contribuendo per oltre 1,3 miliardi di dollari al surplus positivo generato dalle quattro "A" del Made in Italy (Abbigliamento, Automazione, Alimentare e Arredamento). Qualità e innovazione di prodotto, aggregazione e co-branding tra realtà imprenditoriali sono la ricetta che le aziende nautiche italiane stanno adottando per uscire dalla crisi.

Con oltre 3 miliardi di dollari di valore, l'industria nautica italiana si conferma al primo posto nella classifica dei primi 20 paesi esportatori

di yacht e barche da diporto nel mondo, avendo contenuto nel 2009, nonostante la crisi, il calo del valore del proprio export in un -15%. Si tratta di una flessione di gran lunga inferiore non solo a quella dell'export dell'industria nautica dei principali Paesi concorrenti, ma anche a quella della maggior parte dei settori del Made in Italy più vocati all'export, che hanno accusato diminuzioni dei valori esportati superiori al 20-30%.

Il comparto si proietta oggi oltre la crisi, puntando su una nuova spinta che fa riferimento a tassi di crescita storici nella produzione di yacht, a un posizionamento al "top" nel segmento dei grandi yacht (con oltre 2 miliardi di dollari di valore)

e da terzo player mondiale (con oltre 55 milioni di dollari di valore) in quello delle imbarcazioni pneumatiche, al ruolo dei distretti cantieristici e al contributo fondamentale dato dal settore della nautica alla bilancia commerciale italiana.

Questo in sintesi quanto emerge da una ricerca condotta dal professor Marco Fortis della Fondazione Edison e dalla Fondazione Symbola per UCINA - Confindustria Nautica - presentata durante la tradizionale Convention UCINA-Satec 2010.

Dopo un benvenuto del Presidente di UCINA, Anton Albertoni, si sono confrontati in una tavola rotonda

guidata da Sebastiano Barisoni del Sole 24 Ore Aldo Bonomi, Vicepresidente di Confindustria, Tommas Dammrich, Presidente dell'NMMA (l'Associazione di categoria dei produttori nautici Nord Americani), Annette Roux, Presidente del Gruppo Benetau e Massimo Perotti, Presidente di San Lorenzo.

La ricerca (parte quantitativa), intitolata "L'industria italiana della nautica da diporto oltre la crisi mondiale", è stata condotta dalla Fondazione Edison che ha rilevato come il settore della nautica abbia reagito proattivamente alla crisi congiunturale che ha colpito l'economia globale, puntando sull'innovazione e la ristrutturazione delle proprie aziende conservando così il proprio primato nell'export. Il valore dei diversi comparti in

cessità per tutte le aziende del comparto nautico di "fare sistema", scegliendo la strada dell'aggregazione per investire congiuntamente nella ricerca e sviluppo. Uno spunto di riflessione significativo che ha trovato un immediato riscontro nella parte qualitativa della ricerca, intitolata "La sfida della qualità: strategie e riorganizzazione del comparto nautico dopo la crisi", realizzata dalla Fondazione Symbola, e basata su 10 colloqui con big players del settore nautico italiano. A presentarla durante il Convegno UCINA - Satec 2010 che quest'anno si è tenuto al padiglione Blu del quartiere fieristico genovese, il segretario generale della Fondazione, Fabio Renzi che insieme al Presidente Ermete Realacci ha illustrato alla platea di imprenditori le strategie intraprese da alcune aziende per rispondere alla crisi.

Nel 2008 la nautica italiana, dopo essere stata per anni il principale motore dell'innovazione e della ricerca nei processi produttivi, ha affrontato la difficile congiuntura economica ripensando le proprie strategie, avviando ristrutturazioni aziendali, ridimensionando le proprie prospettive di crescita e introducendo anche cambiamenti positivi. In questo senso le innovazioni di prodotto e di servizio sono state determinanti per superare le difficoltà e sono state accompagnate dalla volontà delle aziende di puntare sul territorio italiano, non attuando la delocalizzazione della produzione, bensì puntando sull'individuazione di nuovi mercati di sbocco.

Le aziende che disponevano di risorse finanziarie si sono mosse tempestivamente in questa direzione, cogliendo nuove opportunità per aumentare la propria quota di mercato. La strada da seguire non può venire, come sottolineato dal Rapporto PIQ- Prodotto Interno Qualità 2009 promosso da Symbola in collaborazione con Unioncamere, che dalla promozione della qualità, così come sta avvenendo in altri settori del Made in Italy: a vincere saranno quelle imprese in grado di innovare il prodotto, curandone la qualità in fase di produzione e di assistenza post vendita, ma tutelando anche la qualità e la sicurezza del lavoro. Le aziende del comparto, secondo quanto emerge dalla fotografia scattata dalla Fondazione Symbola, hanno scelto di continuare a inve-

stire sulla produzione di imbarcazioni meno inquinanti, sviluppando la ricerca nei campi dei materiali, dei sistemi di propulsione e delle fonti energetiche. Solo in questo modo la nautica potrà riaffermare un modello di specializzazione produttiva che riesca a coniugare eccellenza organizzativa, strategie di differenziazione, sostenibilità e valorizzazione delle specificità. Altro elemento chiave all'interno della ricetta anticrisi delle aziende nautiche italiane è lo spirito unitario, grazie al quale sono state attivate politiche di aggregazione all'interno della filiera e attività di co-branding capaci di valorizzare gli operatori dei diversi settori.

"La nautica italiana è uno di quei settori che rende il nostro Paese competitivo e forte sui mercati mondiali. Nel decennio antecedente la crisi, ha fatto registrare significativi risultati anche per essere riuscito a coniugare innovazione e conoscenza, qualità dei materiali e sapere manifatturiero. A creare un forte radicamento nel territorio anche grazie ad un alto grado di interrelazione con altri settori di punta del made in Italy: dal tessile all'arredamento, dalla domotica al nanotech, dall'aerospaziale all'elettromeccanica, insomma, in una parola, è il made in Italy che fa grande il nostro paese nel mondo" lo ha affermato Ermete Realacci, Presidente di Symbola - Fondazione per la qualità italiana.

"Nel corso dell'ultimo decennio, la nautica è diventata un vero e proprio settore industriale, meritevole di ammirazione e rispetto: un risultato che deve rendere orgogliosi tutti gli imprenditori del comparto. Sebbene nell'ultimo anno il fatturato globale sia diminuito del 30,5%, siamo un settore trainante e dinamico che può ancora vantare una leadership mondiale nel segmento delle grandi barche, detenendo il 51,3% del portafoglio ordini - ha affermato Anton Francesco Albertoni Presidente di Ucina - La sfida del domani si gioca non solo nel mantenimento di questo primato ma anche, e forse ancor di più, sul piano della competitività globale, sulla ricerca e sulla creazione di vera qualità".

Ancora una volta, quindi, UCINA propone una riflessione positiva per individuare valori, modelli, tecnologie e strategie che il nuovo scenario impone anche alla nautica per guardare con fiducia al futuro.

GICO

si articola l'export della nautica italiana comprende, tra gli altri, oltre 2,7 miliardi di dollari per quello dei grandi yacht, oltre 55 milioni di dollari per le imbarcazioni pneumatiche, oltre 130 milioni di dollari per le imbarcazioni a vela (fonte dati 2008). Fortis ha sottolineato come "Il contributo positivo dato dal comparto della nautica da diporto al "surplus" commerciale con l'estero generato complessivamente dalle "4 A" del made in Italy (Abbigliamento, Arredamento, Automazione e Alimentare) è cresciuto di cinque volte negli ultimi 18 anni, passando dallo 0,3% del 1991 all'1,5% del 2009".

Tra i temi principali che sono emersi durante il Convegno, la ne-