

La grande festa del mare tra business e glamour

Gli espositori arrivano da mezzo mondo per un pubblico di "tifosi" che comprende semplici appassionati ma anche regnanti, vip del jet set, attori. Pur se quest'anno i numeri sono un po' ridimensionati per la crisi, l'"evento" resta una splendida vetrina per Genova e un'occasione d'oro per alberghi e ristoranti

DONATELLA ALFONSO

Genova

SI può ben dire che, in questi cinquant'anni, il Salone Nautico ha portato in barca l'Italia. Il paese che viveva le ultime estati del boom, in un quartiere fieristico genovese costruito con gli spazi strappati al mare, e ancora quasi un cantiere, scopriva il fascino della "barchetta" (con accento rigorosamente largo alla lombarda), ma soprattutto ha visto via via crescere quel made in Italy che ha consolidato l'importanza dell'industria nautica, e soprattutto di quella di lusso, nel mondo.

Cinquanta edizioni, anche se gli anni sono 48 (nel '72 fu doppio appuntamento, e fu consolidata la dimensione internazionale). Il Salone, senza bisogno di aggiungere altro,

per Genova è stato, in cinque decenni, "l'evento". Cresciuto dai 430 espositori del 1962 (quando alla prima edizione del Nautico si affiancavano il Salone del Rimorchio, del Campeggio e dello Sport), fino ai più o meno 1500 delle ultime edizioni (1400 quest'anno, è il morso della crisi). Con un giro d'affari stimato intorno al miliardo di euro, pari cioè al 30,40% della produzione annuale del comparto. Ci vuole poco a dire che la rassegna genovese,

Il mercato ha meno soldi: imbarcazioni più piccole ma che puntano sulla qualità

cresciuta edizione dopo edizione non solo nei numeri ma negli spazi, a partire dalla presenza massiccia delle barche in acqua (quest'anno 500, a galleggiare su 110 mila metri quadrati di specchio acqueo, con 9 chilometri di percorsi sul mare per ammirarle), è l'unico vero momento dinamico del settore della nautica da diporto, quello del confronto tra proposte di mercato, ma anche dell'incrocio tra domanda e offerta.

Ma il Salone di Genova è anche quello che si è costruito come l'evento fieristico italiano più glamour, con la presenza di personaggi di richiamo del jet set internazionale — negli anni, regnanti e non di tutti i continenti, con in testa fedelissimi come i Grimaldi di Monaco, il re del Belgio Alberto, ma anche Karim Aga Khan, per passare ad attori, piloti di Formula Uno e, più tristemente e recentemente, il

magma di veline e grandifratelli televisivi — fino al lato più sportivo, con l'accento sempre più forte sulla nautica sportiva, e la vela in particolare. E la possibilità data ad un pubblico crescente di appassionati regatanti, anche se da poltrona e con telecomando, di vedere da vicino le grandi barche della Coppa America, Luna Rossa in testa.

Vetrina negli anni di politici più o meno capaci di parlar di mare — e sempre ce ne sarebbe bisogno, anzi —, occasione di sviluppo per una Genova che intorno al Salone ha dato quasi sempre per scontato il grande afflusso di addetti ai lavori e visitatori che riempiono alberghi e ristoranti (nonché strade e parcheggi), il Nautico numero 50 si guarda intorno con una formula più attenta. C'è tanto, c'è di tutto, e soprattutto ci sono innovazioni in mostra, per battere la crisi e continuare nel secondo cinquantennio. I numeri di quanto si potrà vedere tra il 2 e il 10 ottobre, come si è detto, si sono un po' ridimensionati a causa degli strascichi di crisi (1.400 espositori e 2.300 barche) ma anche il mercato si orienta verso costi più contenuti: il 60 per cento delle imbarcazioni è infatti al di sotto dei dieci metri, entrando quindi a pieno titolo nella categoria dei natanti. Il mercato è globale, e i produttori italiani dovranno confrontarsi con un 36% di espositori stranieri da 39 Paesi, di cui 19 sono extraeuropei. Il mercato non solo ha meno soldi, ma si è fatto più esigente, e quindi è il caso di puntare sulle novità, con 500

nuovi modelli, o dalle diverse prestazioni, con molta attenzione al risparmio e alla sostenibilità ambientale.

Ma, come ogni anno, ci sono le regine. Un segnale importante: quest'anno tocca al Perini Fivea, uno sloop di 45 metri dei cantieri di Viareggio che si annuncia come un concentrato di eleganza di stampo classico e altissima tecnologia. Mica secondario il ritorno alla classe e allo stile, dopo gli anni Ottanta e primi '90 in cui si andavano a contare i rubinetti d'oro dell'ultimo allestimento per lo sciccio di turno, (e per ta-

care dei desideri sfrenati e kitsch dei magnati russi degli anni Zerò).

In cinquant'anni i visitatori sono arrivati ad essere, oltre che reali, anche virtuali. Perché il salone si inaugura sabato 2 ottobre, ma nei primi otto mesi del 2010 il sito www.genoaboatshow.com, ha avuto già 171 mila visitatori, curiosi sulle novità in mostra, le informazioni sul quartiere fieristico, ma anche la città. In totale, so-

no state 1.235.000 le pagine visitate, con un incremento del 34 per cento rispetto allo stesso periodo del 2009. Dopo gli italiani, la classifica dei "navigatori" vede francesi, britannici, tedeschi e statunitensi nei primi posti ma anche visite da Seychelles, Mauritius, Tanzania e Isola di Man. Chissà che da così lontano non arrivi una barca...

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Naturalmente ci sono anche le superbarche che hanno fatto la fortuna del Made in Italy



A destra un'altra veduta del Salone nautico di Genova

Barche e yacht, il primato italiano

Anno 2008, valore dell'export in milioni di dollari

ITALIA	2.792,2
GERMANIA	1.749,3
REGNO UNITO	1.614,8
STATI UNITI	1.332,8
OLANDA	796,7
FRANCIA	754,4
SPAGNA	224,1
CANADA	205,2

Fonte: elaborazione Fondazione Edison su dati UN-Comtrade

Gommoni, Italia terza nell'export

Anno 2008, valore in milioni di dollari

CINA	80,1
FRANCIA	70,1
ITALIA	55,8
SPAGNA	38,5
REGNO UNITO	25,3
STATI UNITI	22,4
CANADA	18,6
BELGIO	14,7

Fonte: elaborazione Fondazione Edison su dati UN-Comtrade

CINQUECENTO

E' il numero delle barche che saranno esposte direttamente in acqua: lo "specchio" a loro riservato è di circa 110 mila mq

LA PRESENTAZIONE

Una regione come la Liguria, che ha ben compreso come dal mare venga gran parte del suo tessuto economico, dai trasporti all'industria, dalla pesca al turismo, cerca di sostenere chi lavora in questi settori. Come? Andando a cercare fondi e suggerimenti dove il mare non c'è, ma ci sono progetti concreti: nell'ambito europeo. La Regione Liguria dedica infatti parte del suo spazio istituzionale al Salone Nautico alla presentazione e agli operatori di una serie di progetti europei, di cui è partner o capofila, legati al tema del mare come risorsa economica, turistica, ambientale e enogastronomica.

I progetti, che verranno illustrati durante due specifiche giornate destinate agli operatori del settore, ri-

La Regione Liguria e i progetti per il futuro

Sono a largo raggio e s'occupano di porticcioli e tecnologie, di habitat marino e persino di itinerari del gusto

guardano in primo luogo i porticcioli (con i piani Pitt ports Riviera, TPE — Tourism ports environment, e

Nascono in ambito europeo ma l'Ente regionale ne è o partner o capofila

Odyssea) mirati soprattutto a incrementare i servizi turistici e ambientali dei porticcioli, considerati a loro volta porte verso la conoscenza dell'entroterra). Ma c'è spazio anche per la tecnologia, con Innautic (dedicato a ricerca e sviluppo per le imprese del comparto e al riciclo dei materiali), mentre altri sono mirati più specificatamente sull'ambiente e le risorse, nonché alla loro trasformazione. Si tratta dei piani Resmar (per il litorale e la salvaguardia di



suolo e mare), Terragir (sugli itinerari del gusto dell'alto mediterraneo), Corem (per la valorizzazione e la tutela delle biodiversità attraverso la

connessione dei soggetti coinvolti), Marte+ (per lo sviluppo dell'economia rurale agricola e della pesca delle aree coinvolte), Gionha (per la tutela dell'habitat marino costiero dell'area protetta del santuario dei cetacei — Pelagos).

I diversi progetti verranno illustrati attraverso eventi, convegni e presentazioni ad hoc. Previsti pannelli esplicativi e proiezioni su un grande schermo di filmati, slides e animazioni dedicati al mare e alle attività connesse: pesca, itinerari del gusto, nautica, turismo, porticcioli e ambiente, siti protetti, parchi, litorale.

(d. al.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

