

Rapporto / NAUTICA

Dal 2 al 10 ottobre Genova festeggia i 50 anni del Salone e, con essi, notevoli segnali di miglioramento della situazione. «Ma ci siamo battuti da soli contro la crisi»

S'avvicina l'ora della ripresa ma il governo non vara ancora il piano generale per il settore

Era stato promesso l'anno scorso da tre ministri: per ora è rimasto lettera morta

VITO DE CEGLIA

Milano

Salone Nautico, un anno dopo. L'ultima rassegna, aperta con un'assemblea straordinaria a cui avevano partecipato tre ministri, si era chiusa con la promessa da parte del governo di avviare un piano generale per la nautica che avrebbe attratto 3 miliardi di euro di investimenti privati. Trascorsi dodici mesi, di quel piano proposto dall'Ucina, la

«C'è bisogno di nuovi porti: li costruiremo con soldi nostri ma devono darci le concessioni!»

Confindustria nautica, non si sa più nulla. Non solo, i problemi del comparto sono ancora tutti sul tappeto: dalla riforma della legge 84/94 sui porti alla ridefinizione dei canoni demaniali, dalla riforma delle aree marine protette alla questione oggi più attuale, per non dire drammatica, del noleggio dei grandi yacht. In sostanza, se l'industria nautica è uscita dalla secche della crisi economica, di sicuro l'ha fatto da sola: senza il contributo della politica, che non ha saputo adottare adeguate misure di supporto al settore, nonostante l'inclusione del comparto nel decreto incentivi.

Almeno è questo che sostiene Anton Francesco Albertoni, presidente di Ucina, alla vigilia del 50mo Salone Nautico in pro-

gramma dal 2 al 10 ottobre presso la Fiera di Genova: «L'industria nautica italiana ha dovuto fare i conti con le difficoltà del momento, ma ha saputo trovare in se stessa la forza per superarle. La politica deve avere il coraggio di guardare oltre e darci gli strumenti per continuare ad essere leader del mondo». Innanzitutto, aggiunge il presidente di Ucina, tentando di risolvere il problema dei porti turistici: «Per sviluppare il comparto dell'auto sono servite le strade, infrastrutture sempre realizzate dallo Stato. Le nostre infrastrutture sono i porti turistici, che sono sempre stati costruiti solo da noi, con ingenti investimenti. Vogliamo continuare a realizzarli. Ma devono lasciarcelo fare, con leggi e concessioni demaniali adeguate».

In attesa di qualche segnale da Roma, il dato più importante è che, nonostante l'onda d'urto della crisi, il settore è vivo. «Avevamo stimato per il 2009 una contrazione per il comparto della nautica da diporto contenuta in una forbice compresa tra il 27 e il 35 per cento». «Oggi, sulla base delle prime elaborazioni», commenta Albertoni, «siamo nelle condizioni di confermare un calo complessivo, 2009 su 2008, del 30,5 per cento. In questo valore si registra una maggiore sofferenza dei comparti dei motori e della componentistica rispetto alla cantieristica». Nonostante i numeri lasciati sul

terreno lo scorso anno, la cantieristica italiana resta, con una quota del 51,3 per cento del portafoglio ordini, leader mondiale del settore. «Con oltre 3 miliardi di dollari di valore — prosegue Albertoni — la nostra industria nautica si presenta al primo posto nella classifica dei primi 20 paesi esportatori di yacht e unità da diporto e, elemento ancora più rilevante, rispetto ad altri settori del Made in Italy, che hanno accusato diminuzioni dei valori esportati superiori al 20-30%, la nostra quota di export si è ridotta solo del 15%».

Inoltre, il valore dei diversi comparti in cui si articola l'export comprende (i dati si riferiscono al 2008) oltre 2,7 miliardi di dollari per quello dei grandi yacht (che ci pone in testa alla classifica dei primi 20 paesi esportatori), 55,8 milioni di dollari per le imbarcazioni pneumatiche (abbiamo il terzo posto nel mondo), oltre 130 milioni di dollari per le imbarcazioni a vela (setto posto nel mondo).

Un dato — quello considerato da Albertoni — che si rafforza ulteriormente alla luce di una ricerca condotta dalla **Fondazione Edison**, dalla quale emerge che la nautica occupa il quinto posto, a ridosso del comparto calzaturiero, nella graduatoria dei prodotti

che guidano la leadership del Made in Italy. Un altro dato confortante è l'interesse che la nautica italiana suscita in mercati emergenti come la Cina, la Turchia, l'India e il Brasile, dove le prospettive sono tutt'altro che negative. «Sono aree in cui la nostra industria ha certamente acquisito, in questo momento delicato, una consapevolezza maggiore di quelli che devono essere i suoi punti di forza», osserva Albertoni.

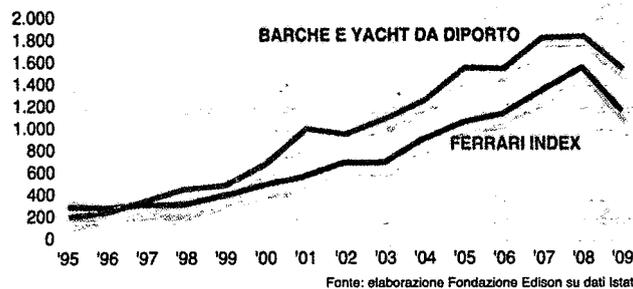
Se il 2009 non è stato un anno semplice per il settore nautico, anche il 2010 si è presentato come un anno da affrontare con la dovuta cautela. Ma ci sono fortissimi segnali di miglioramento e di risalita del comparto che, per oltre un decennio, ha registrato performance importanti. Secondo Lamberto Tacoli della Ferretti Group, ad esempio, la crisi ha restituito alla nautica una dimensione più "umana": «Sono cambiate le misure e le ambizioni dei manager e si riprende il filone della sana passione dei costruttori che fece la fortuna del settore». Anche Giovanna Vitelli di Azimut insiste su questo concetto: «Sono stati i più seri a sopravvivere alla crisi, infatti si è verificata una diminuzione dei cantieri nautici a causa della selezione naturale».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'Italia è ancora in testa nella classifica dei paesi esportatori di yacht

L'andamento dell'export italiano

In milioni di euro

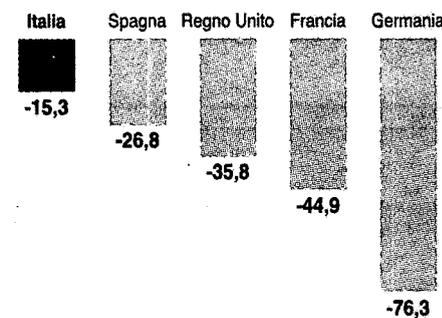


L'EXPORT

La tabella qui sopra mette in luce l'andamento dell'export italiano. Nella foto una veduta del Salone di Genova

Le esportazioni di barche e yacht

UE 27, variazioni % 2009 su '08



I NUMERI DELL'INDUSTRIA

I numeri dell'industria nautica italiana da diporto: 700 cantieri, 250 industrie nautiche, 4.500 aziende commerciali, 20 mila dipendenti diretti e 140 mila legati all'indotto, circa. E' un settore ricco di grandi potenzialità che, opportunamente incentivato, potrebbe accrescere notevolmente il fatturato e le forze lavoro, ma anche essere una delle "locomotive" capaci di favorire l'occupazione e rilanciare il turismo.



I NUOVI MERCATI

Prua puntata verso Oriente

O biettivo Cina. L'industria cantieristica italiana, alla vigilia dell'apertura della cinquantesima edizione del Salone Nautico di Genova, ha deciso di puntare la prua verso l'Oriente: un mercato con coefficienti di aumento superiori al 30% annuo e destinato a raggiungere i 10 miliardi di euro entro il 2020.

L'obiettivo principale è la Cina ma tutta l'area promette bene

La strategia che Ucina sta perseguendo, per rispondere alle richieste del mercato asiatico, è di instaurare un solido rapporto commerciale con la Cina, che si trova oggi al centro di una rete di interessi forti che attirano tutti i paesi dell'area: Corea, Vietnam, Thailandia, Malesia, Indonesia, Filippine e Singapore. Tutto senza dimenticare le opportunità rappresentate dallo stesso Giappone, la cui domanda è destinata anch'essa a crescere con andamento esponenziale.