



AZIENDE NAUTICA, NAPOLI È SECONDA

di Emanuele Imperiali X

CITTÀ DELLA NAUTICA NAPOLI È SECONDA

Il presidente Ucina, Saverio Cecchi: la Campania al top nelle riparazioni e al quarto posto nei servizi
Palermo quinta nel charter. Settore strategico per il Sud ma servono infrastrutture adeguate

di Emanuele Imperiali

Il Meridione è una delle aree del Paese particolarmente ricca d'offerta si tratta di lavorare sulle connessioni

Chiuso il Salone nautico di Genova. Chiediamo a Saverio Cecchi, presidente Ucina, la Confindustria nautica, se ci può tracciare un bilancio del 59° Salone, ponendosi in un'ottica meridionalistica.

Che prospettive concrete ha il Sud per sviluppare l'industria della nautica, legata al turismo ma anche a un retroterra culturale e ambientale molto appetibile?

«In occasione del 59° Salone Nautico a Genova, sono stati diffusi i dati aggiornati del mercato pubblicati nella nuova edizione de La Nautica in Cifre, l'annuale report di Ucina Confindustria Nautica realizzato dall'Ufficio Studi in collaborazione con Fondazione **Edison**. Per quanto riguarda la cantieristica nautica italiana, le elaborazioni di Fondazione **Edison** su dati Istat mettono in luce 5 principali poli produttivi territoriali, tra cui quello relativo al distretto di Napoli. In particolare, nel napoletano sono localizzate 76 imprese (pari all'8,4% del totale nazionale) con 1.009 addetti (pari al 7,4%), 79,7 milioni di fatturato (pari al 2,7%) e 68,7 milioni di euro di export (pari all'1,5%)».

Quest'anno Ucina ha puntato mol-

te carte sulle "Città della Nautica". Nella graduatoria figurano Napoli al secondo posto come provincia che ha un forte ruolo delle riparazioni nell'economia nazionale e Brindisi nell'economia provinciale. Che prospettive di sviluppo hanno questi scali meridionali?

«Per quanto riguarda gli altri segmenti della filiera nautica sia Campania che Sicilia entrano nella top ten per valore aggiunto a livello regionale. Per quanto riguarda "Le Capitali della Nautica" vanno segnalati il secondo posto nazionale di Napoli nelle riparazioni e il quarto nei servizi, il quinto posto di Palermo nel charter, in entrambi i casi riferito al numero di addetti».

Il Salone Nautico rappresenta da sempre anche un momento per fare il punto sulle tematiche principali riguardanti il settore: quali saranno le richieste per il nuovo Governo da parte del comparto?

«L'industria italiana della nautica da diporto ha segnato una ripresa significativa e consolidata: a partire dai minimi del 2013, ha registrato un aumento del 60% in soli quattro anni, una performance che nessun altro settore industriale in Italia è stato in grado di generare. Il settore ha necessità di essere sostenuto da politiche adeguate al fine di continuare ad essere competitivo ai massimi livelli. Oggi possiamo plaudere per l'importante obiettivo dell'attuazione del Registro Telematico che consentirà alla nautica da diporto di passare dal sistema cartaceo a quello digitale in linea con altri settori come quello del-

l'automotive. Ma l'industria della nautica da diporto, per continuare ad essere competitiva ai massimi livelli, ha bisogno di politiche adeguate, prima fra tutte il completamento della riforma del Codice della Nautica. Per questo confidiamo nell'impegno preso dal ministro delle Infrastrutture Paola De Micheli a concludere l'adozione del decreto correttivo entro il 31 ottobre».

Il valore aggiunto della produzione cantieristica meridionale è molto elevato. Lei pensa ci siano ulteriori possibilità di sviluppo produttivo e occupazionale al Sud?

«Il dato dell'intera filiera è di 1 miliardo e 800 milioni di euro di valore aggiunto e di 30.500 addetti. Credo che il Mezzogiorno debba strategicamente puntare sulla nautica, fosse altro in considerazione del fatto che i moltiplicatori del valore e degli addetti del nostro settore sono rispettivamente di 7 e 9. Quindi per ogni euro investito in un cantiere si creano altri 7 euro di valore nella filiera (porti, turismo, servizi, accessori, etc.) e per ogni operatore assunto si generano altri 9 posti di lavoro».

Cosa manca ai porti meridionali per diventare competitivi con tutti gli altri?



«Il porto non è un'entità isolata ma vive solo se integrato in un sistema turistico territoriale. Quindi dev'essere da un lato modellato sulle reali esigenze del mercato, che in questi ultimi 10 anni molto cambiate, dall'altro deve integrarsi con servizi turistici e un adeguato accesso infrastrutturale. Essendo il Meridione una delle aree del Paese particolarmente ricca d'offerta si tratta di lavorare sulle connessioni».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

