

EDIZIONE
VERSILIA

Cerca nel sito

COMUNI: VIAREGGIO CAMAIORE MASSAROSA PIETRASANTA FORTE DEI MARMI SERAVEZZA STAZZEMA TUTTI I COMUNI

CAMBIA EDIZIONE

HOME CRONACA SPORT TEMPO LIBERO TOSCANA ECONOMIA ITALIA MONDO DAGLI ENTI FOTO VIDEO RISTORANTI ANNUNCI LOCALI PRIMA

SI PARLA DI **OPERAZIONE MI PIACE** **CARNEVALE DI VIAREGGIO** **HOCKEY SU PISTA** **BOLKESTEIN**Sei in: **VERSILIA** > **CRONACA** > **COSÌ CAMBIANO I PARAMETRI DELLA NAUTICA**

COSÌ CAMBIANO I PARAMETRI DELLA NAUTICA

Il fatturato della nautica italiana sta crescendo: nel primo semestre 2017 i ricavi hanno registrato un +18%. I produttori di imbarcazioni, di accessori, di motori e i cantieri di refitting vedono la...

24 settembre 2017

0
COMMENTI0
Condividi

Tweet

G+

0

LinkedIn

0

Pinterest

Il fatturato della nautica italiana sta crescendo: nel primo semestre 2017 i ricavi hanno registrato un +18%. I produttori di imbarcazioni, di accessori, di motori e i cantieri di refitting vedono la ripresa e dopo un lungo periodo in cui l'export era cresciuto fino al 93% della produzione cantieristica, nei saloni inizia a tornare il cliente italiano. La ripresa del settore è confermata anche dai primi dati rilasciati sul Salone nautico di Genova di questi giorni. Si parla di un +8% degli espositori, di cui un +10% di quelli esteri, un +8% del numero di imbarcazioni e del ritorno di ben 45 cantieri, di cui diversi grandi marchi. Il salone genovese anche quest'anno si conferma il più grande del Mediterraneo per numero di visitatori (oltre 100mila), barche esposte, varietà merceologica, novità presentate. Di conseguenza rappresenta una vetrina preziosa per gli espositori. In sintesi potremmo dire che il comparto attraversa un momento di maggiore "consapevolezza" o comunque positività.

Questo significa che i cantieri costruttori di imbarcazioni e navi e i dealers italiani di cantieri italiani, locali od esteri sono ormai consapevoli che non è più il periodo della crescita della nautica esponenziale e che scenari di capacità di vendita illimitata, e progetti di investimenti faraonici, non sono più attuabili e neppure ipotizzabili. Sono anche modificati i parametri per la valutazione di un costruttore/dealer da parte dei possibili clienti: non più la penetrazione di mercato, il numero di pezzi prodotti, ma il rapporto "qualità prezzo", le scelte tecnologiche, l'innovazione "vera" in dotazioni e materiali che incrementino il valore del prodotto finale. Anche l'armatore è divenuto più consapevole: sa di poter pretendere di più, ma anche che il cantiere/dealer giusto è quello che ti promette una barca e te la consegna. E che, soprattutto, può darti un prodotto e un'assistenza che duri nel tempo. Il cliente è tornato a valutare l'acquisto con l'ottica dell'investimento nel medio periodo e non solo con la prospettiva di cambiare la barca dopo 2 anni, e presta maggiore attenzione alla qualità complessiva dell'offerta.

Anche nel settore delle costruzioni navali, nonché della finanza/credito finalizzato, le parole chiave sono ancora oggi qualità e professionalità e il distretto del Tirreno rappresenta una eccellenza in Italia e in Europa. Con queste premesse per l'area Tirrenica la certezza di una ripresa della Mostra nautica e del refitting rappresenta un'opportunità intelligente da perseguire. Ma occorre che gli operatori maturino una conoscenza strutturata ed idee conseguenti di quella che è la situazione reale e consolidate in tutti i loro aspetti.

ASTE GIUDIZIARIE



- 64000

Tribunale di Grosseto
Tribunale di Livorno
Tribunale di Lucca
Tribunale di Pisa

Visita gli immobili della Toscana

NECROLOGIE

**Petri Maria**

Livorno, 26 settembre 2017

CERCA FRA LE NECROLOGIE

PUBBLICA UN NECROLOGIO »

 INTERVENTO

L'ANALISI DEL COMPARTO

COSÌ CAMBIANO I PARAMETRI DELLA NAUTICA

di GIANFRANCO ANTOGNOLI

Il fatturato della nautica italiana sta crescendo: nel primo semestre 2017 i ricavi hanno registrato un +18%. I produttori di imbarcazioni, di accessori, di motori e i cantieri di refitting vedono la ripresa e dopo un lungo periodo in cui l'export era cresciuto fino al 93% della produzione cantieristica, nei saloni inizia a tornare il cliente italiano. La ripresa del settore è confermata anche dai primi dati rilasciati sul Salone nautico di Genova di questi giorni. Si parla di un +8% degli espositori, di cui un +10% di quelli esteri, un +8% del numero di imbarcazioni e del ritorno di ben 45 cantieri, di cui diversi grandi marchi. Il salone genovese anche quest'anno si conferma il più grande del Mediterraneo per numero di visitatori (oltre 100mila), barche esposte, varietà merceologica, novità presentate. Di conseguenza rappresenta una vetrina preziosa per gli espositori. In sintesi potremmo dire che il comparto attraversa un momento di maggiore "consapevolezza" o comunque positività.

Questo significa che i cantieri costruttori di imbarcazioni e navi e i dealers italiani di cantieri italiani, locali od esteri sono

ormai consapevoli che non è più il periodo della crescita della nautica esponenziale e che scenari di capacità di vendita illimitata, e progetti di investimenti faraonici, non sono più attuabili e neppure ipotizzabili. Sono anche modificati i parametri per la valutazione di un costruttore/dealer da parte dei possibili clienti: non più la penetrazione di mercato, il numero di pezzi prodotti, ma il rapporto "qualità prezzo", le scelte tecnologiche, l'innovazione "vera" in dotazioni e materiali che incrementino il valore del prodotto finale. Anche l'armatore è divenuto più consapevole: sa di poter pretendere di più, ma anche che il cantiere/dealer giusto è quello che ti promette una barca e te la consegna. E che, soprattutto, può darti un prodotto e un'assistenza che duri nel tempo. Il cliente è tornato a valutare l'acquisto con l'ottica dell'investimento nel medio periodo e non solo con la prospettiva di cambiare la barca dopo 2 anni, e presta maggiore attenzione alla qualità complessiva dell'offerta.

Anche nel settore delle costruzioni navali, nonché della finanza/credito finalizzato, le parole chiave sono ancora oggi qualità e professionalità e il distretto del Tirreno rappresenta una eccellenza in Italia e in Europa. Con queste premesse per l'area Tirrenica la certezza di una ripresa della Mostra nautica e del refitting rappresenta un'opportunità intelligente da perseguire. Ma occorre che gli operatori maturino una conoscenza strutturata ed idee conseguenti di quella che è la situazione reale e consolidate in tutti i loro aspetti.



i
tano
no a Genova
rità

e Benetti a Livorno
entato in anteprima
Gli interni, che pos-
gliere fino a 12 per-
o firmati dal design
Los Angeles insieme
etti del team Benet-

pubblici, quali strategie?

L'ECONOMIA DEL MARE

MARCO VALLE (AZIMUT YACHTS)

«ABBIAMO FIRMATO CONTRATTI PER BARCHI LE CUI TRATTATIVE ERANO INIZIATE LA SETTIMANA PRIMA A CANNES. DOVEROSO E UTILE ESSERE PRESENTI A GENOVA»

L'INTERVENTO

di GIANFRANCO ANTOGNOLI



UN MERCATO IN EVOLUZIONE

IL FATTURATO della nautica italiana cresce: nel primo semestre del 2017 i ricavi hanno registrato un +18%. Dopo anni di negatività quindi i produttori di imbarcazioni, di accessori, di motori e i cantieri di refitting, vedono la ripresa. Inoltre nei saloni comincia a tornare il cliente italiano. La ripresa è confermata anche dai primi dati sul Salone di Genova: +8% di espositori, +8% del numero di imbarcazioni e il ritorno di 45 cantieri. Il Salone quindi si conferma il più grande del Mediterraneo per visitatori (oltre 100mila), barche esposte, varietà merceologica, novità presentate. Potremmo dire che il comparto attraversa un momento di maggiore "consapevolezza" o comunque positività. Questo significa che i cantieri e i dealers sono ormai consapevoli che non è più il periodo della crescita della nautica esponenziale, che scenari di capacità di vendita illimitati e progetti di investimenti faraonici non sono più attuabili e neppure ipotizzabili. Sono anche modificati i parametri per valutare un costruttore/dealer da parte dei clienti: non più la penetrazione di mercato, il numero di pezzi prodotti, ma il rapporto "qualità-prezzo", le scelte tecnologiche, l'innovazione "vera" in dotazioni e materiali che incrementano effettivamente il valore del prodotto. Anche l'armatore è più consapevole: sa di poter pretendere di più, ma che il cantiere/dealer giusto è quello che ti promette una barca, te la consegna e può darti prodotto e assistenza che durino nel tempo. Il cliente è tornato a valutare l'acquisto con l'ottica dell'investimento nel medio periodo e non solo con la prospettiva di cambiare la barca dopo due anni: pertanto presta attenzione alla qualità complessiva dell'offerta. Anche nel settore delle costruzioni navali nonché della finanza/credito finalizzato le parole chiave sono ancora oggi qualità e professionalità e il distretto del Tirreno rappresenta una eccellenza. Con queste premesse, la certezza di una ripresa della mostra nautica e del refitting rappresenta un'opportunità intelligente da perseguire, ma occorre soprattutto che gli operatori maturino una conoscenza strutturata e idee conseguenti di quella che è la situazione

L'ANNO DEL RISCATTO
Nautica: confermato il trend positivo

Salone di Genova, soddisfatti gli espositori

OGGI cala il sipario sul 57.esimo Salone Nautico Internazionale di Genova, che ha segnato la rinascita della nautica da diporto italiana. La rassegna ha espresso vitalità e "voglia di mare" come non succedeva da tempo. Il ministro delle Infrastrutture e dei Trasporti, Graziano Delrio (nella foto con la presidente di Ucina, Carla Demaria), è un forte sostenitore: «Ci sono difficoltà ma il finanziamento c'è e i fondi arriveranno», ha detto. Il salone riflette l'economia mercantile di Genova, un po' appannata negli ultimi anni ma ora in trend positivo, con i visitatori desiderosi di fare prove in mare e intere famiglie interessate alla nautica minore. Tutto quanto fa spettacolo, ma anche economia, dagli stand delle varie realtà commerciali locali, a quelli delle associazioni e federazioni della nautica, e della vela, in tutte le specialità. Attenzione particolare è stata data all'ecologia del mare, con uno sguardo realistico al futuro. In questo quadro i numeri positivi anche per i nostri cantieri sono lì a testimoniare il trend atti-

vo. Infatti i cantieri di Viareggio occupano come sempre un posto di vertice con Sanlorenzo, Azimut, Maiora, Vismara.

MOLTI visitatori, molti contatti avviati con i clienti ancora da formalizzare, ma anche contratti già firmati. Il primo bilancio degli espositori è molto positivo e già si parla di oltre centomila visitatori nei primi quattro giorni. Bilanci positivi anche per quelli che l'anno scorso non c'erano e sono tornati, come Azimut, uno dei brand

fuoriusciti da Ucina Confindustria Nautica (l'organizzatrice del Salone) per andare a costituire Nautica Italiana (organizzatrice del Salone di Viareggio), che l'anno scorso aveva disertato l'evento genovese. «Era importante partecipare in quanto questo è il Salone italiano e c'è un forte segnale di ripresa su questo mercato - dice Marco Valle, ad e managing director di Azimut Yachts - . Siamo qui con barche fino a 72 piedi e abbiamo firmato contratti per barche le cui trattative erano iniziate la settimana prima a Cannes.

Quindi il periodo scelto per la locazione è perfetto, anche perché serve avere un salone italiano quando nella stessa settimana quello di Southampton. Urneo, Genova non aiuta per la logica». Bene anche per i cantieri navali Sanlorenzo. «Noi abbiamo un trend positivo in Europa dura da 18 mesi e un trend più recente nella stessa direzione anche nel mercato domestico commenta il direttore generale Ferruccio Rossi - rafforzato che da una presenza di clienti crescita rispetto allo scorso anno dalle discussioni commerciali ne stanno nascendo. Purtroppo Genova è diventato più domestico come salone, ma quello italiano è uno dei più importanti mercati del mondo e un Nautico a Genova non lo vedevamo dal 2007». Soddisfatti anche i «piccoli» e il mondo della vela. «Da questi anni non si firmavano contratti in fiera. Ora ha più fiducia gli acquisti sono più "di persona". Contratti? Ne abbiamo firmati una decina» dice Carlo Selva, della Selva Marine, motori, piccole imbarcazioni e gommoni.



RASSEGNA Oggi chiude il salone di Genova, inaugurato giovedì scorso

RICONOSCIMENTI IL MODELLO DI AZIMUT INCORONATO DALLA RIVISTA «VELA E MOTORE»

Il Flybridge proclamata barca a motore dell'anno

AZIMUT 60 ha vinto il premio Barca dell'Anno 2017, assegnato dalla rivista «Vela e Motore» in collaborazione con il Salone Nautico di Genova e consegnato in una cerimonia al Teatro del Mare di Genova. È un premio storico che da 16 anni incorona i protagonisti della nuova stagione nautica. Il brand Azimut, parte del Gruppo Azimut Benetti, si conferma leader per spirito innovativo e per il design. In particolare, Azimut 60 si è distinto per il carattere delle linee esterne e

per il raffinato interior design di un megayacht. Il design esterno di Stefano Righini, che regala grandi volumi in linee sportive e filanti, e gli interni disegnati dall'architetto Achille Salvagni hanno conquistato la giuria che ne hanno premiato lo stile, l'eleganza e la raffinatezza, in sintonia con la perfetta funzionalità progettuale che la rende una barca estremamente confortevole per armatore ed ospiti. Sono molteplici le soluzioni innovative a bordo, a partire dalle numerose aree lounge

ed isole di privacy, uniche in barche di questo range.

Il premio si aggiunge ai molteplici riconoscimenti dati a tutti i nuovi modelli del Gruppo Azimut Benetti. Gli ultimi in ordine di tempo sono quelli ricevuti al Salone di Cannes nell'ambito dei "World Yacht Trophies 2017", in cui sono stati protagonisti tutti i nuovi modelli Azimut: 60, S7, Grande 27 Metri e Grande 35 Metri, oltre al Benetti custom M/Y Seasense.

L'INTERVENTO

di GIANFRANCO ANTOGNOLI



UN MERCATO IN EVOLUZIONE

IL FATTURATO della nautica italiana cresce: nel primo semestre del 2017 i ricavi hanno registrato un +18%. Dopo anni di negatività quindi i produttori di imbarcazioni, di accessori, di motori e i cantieri di refitting, vedono la ripresa. Inoltre nei saloni comincia a tornare il cliente italiano. La ripresa è confermata anche dai primi dati sul Salone di Genova: +8% di espositori, +8% del numero di imbarcazioni e il ritorno di 45 cantieri. Il Salone quindi si conferma il più grande del Mediterraneo per visitatori (oltre 100mila), barche esposte, varietà merceologica, novità presentate. Potremmo dire che il comparto attraversa un momento di maggiore "consapevolezza" o comunque positività. Questo significa che i cantieri e i dealers sono ormai consapevoli che non è più il periodo della crescita della nautica esponenziale, che scenari di capacità di vendita illimitata e progetti di investimenti faraonici non sono più attuabili e neppure ipotizzabili. Sono anche modificati i parametri per valutare un costruttore/dealer da parte dei clienti: non più la penetrazione di mercato, il numero di pezzi prodotti, ma il rapporto "qualità-prezzo", le scelte tecnologiche, l'innovazione "vera" in dotazioni e materiali che incrementino effettivamente il valore del prodotto. Anche l'armatore è più consapevole: sa di poter pretendere di più, ma che il cantiere/dealer giusto è quello che ti promette una barca, te la consegna e può darti prodotto e assistenza che durino nel tempo. Il cliente è tornato a valutare l'acquisto con l'ottica dell'investimento nel medio periodo e non solo con la prospettiva di cambiare la barca dopo due anni: pertanto presta attenzione alla qualità complessiva dell'offerta. Anche nel settore delle costruzioni navali nonché della finanza/credito finalizzato le parole chiave sono ancora oggi qualità e professionalità e il distretto del Tirreno rappresenta una eccellenza. Con queste premesse, la certezza di una ripresa della mostra nautica e del refitting rappresenta un'opportunità intelligente da perseguire, ma occorre soprattutto che gli operatori maturino una conoscenza strutturata e idee conseguenti di quella che è la situazione.



Salone di Genova

OGGI cala il sipario sul 57.esimo Salone Nautico Internazionale di Genova, che ha segnato la rinascita della nautica da diporto italiana. La rassegna ha espresso vitalità e "voglia di mare" come non succedeva da tempo. Il ministro delle Infrastrutture e dei Trasporti, Graziano Delrio (nella foto con la presidente di Ucina, Carla Demaria), è un forte sostenitore: «Ci sono difficoltà ma il finanziamento c'è e i fondi arriveranno», ha detto. Il salone riflette l'economia mercantile di Genova, un po' appannata negli ultimi anni ma ora in trend positivo, con i visitatori desiderosi di fare prove in mare e intere famiglie interessate alla nautica minore. Tutto quanto fa spettacolo, ma anche economia, dagli stand delle varie realtà commerciali locali, a quelli delle associazioni e federazioni della nautica, e della vela, in tutte le specialità. Attenzione particolare è stata data all'ecologia del mare, con uno sguardo realistico al futuro. In questo quadro i numeri positivi anche per i nostri cantieri sono lì a testimoniare il trend atti-

vo. Infatti i cantieri occupano come sempre di vertice con Sanloremut, Maiora, Vismara

MOLTI visitatori, molti avviati con i clienti armatori, ma anche molti firmati. Il primo bilancio espositori è molto positivo: parla di oltre centomila nei primi quattro giorni positivi anche per questo scorso non c'erano stati, come Azimut, u-



RASSEGNA Oggi chiusa

RICONOSCIMENTI IL MODELLO DI AZIMUT

Il Flybridge proclama

AZIMUT 60 ha vinto il premio Barca dell'Anno 2017, assegnato dalla rivista «Vela e Motore» in collaborazione con il Salone Nautico di Genova e consegnato in una cerimonia al Teatro del Mare di Genova. È un premio storico che da 16 anni incorona i protagonisti della nuova stagione nautica. Il brand Azimut, parte del Gruppo Azimut Benetton, si conferma leader per spirito innovativo e per il design. In particolare, Azimut 60 si è distinto per il carattere delle linee esterne e

per il raffinato. Il design regala grandi spazi, e gli interni le Salvagnoli ne hanno finatezza. La qualità progettuale è evidente. Sono i dettagli a bordo, a