

LA RIVISTA DELLA LOCAZIONE FINANZIARIA

4 LeasingTime

anno XII n. 4 Luglio-Agosto 2016



postatarget
creative
Città di
Poste Italiane

16

riflessioni e proposte
per la nautica e i suoi distretti

il ruolo fondamentale del leasing nautico

Il leasing, come ben sappiamo, costituisce un elemento anticipatore della ripresa produttiva poiché testimonia concretamente l'attitudine agli investimenti produttivi delle PMI, premessa indispensabile di una ripresa economica effettiva sul territorio a tutti i livelli.

I valori del 1° quadrimestre 2016 sono più che incoraggianti, con un ritorno costante di tutti i comparti leasing, compreso il nautico. Il distretto della nautica in Toscana sta cogliendo concreti segni di risveglio positivo, sia per le nuove imbarcazioni che per il refitting, e segnala una interessante crescita di fatturato per i cantieri del distretto che fa ben sperare, ma necessita ovviamente di un accompagnamento positivo da parte delle banche. In questo quadro di riferimento, il leasing, come il credito bancario in genere (factoring in pri-

mis compreso), rappresenta un dato importante e significativo per favorire una ripresa che ormai si sta consolidando e che vede "soffrire" ancora solo il comparto edile immobiliare, peraltro certamente trainante. Le banche sono chiamate, come sottolinea il governatore Bankit Visco nelle sue "considerazioni finali" del 31 maggio scorso, a rispondere positivamente alla domanda di credito, che rappresenta indiscutibilmente il valore più importante per lo sviluppo economico e produttivo.

Un'analisi del leasing nautico non può prescindere dalla situazione del mercato della nautica nel Mondo. Volendo fare esercizio di sintesi, potremmo dire che il comparto attraversa un momento di maggiore "consapevolezza" e di ripresa selettiva. Questo significa che i cantieri co-

*Qui e a pagina 23: un'imbarcazione
Vismara (www.vismaramarine.it)*



struttori di imbarcazioni e navi e i dealers italiani di cantieri locali o esteri sono ormai consapevoli che il periodo della crescita della nautica, con scenari di capacità di vendita illimitata e progetti di investimenti fa-

raonici, non è più attuabile e neppure ipotizzabile. Il mercato si è ridimensionato, ma ha ancora un forte potenziale di sviluppo. Sono anche modificati i parametri per la valutazione di un costruttore/dealer da par-

te 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 effettiva-

mente il valore del prodotto finale. Anche il possibile armatore è divenuto più consapevole: sa di poter pretendere di più, ma anche che il cantiere/dealer giusto non è solo quello che ti concede tutto, ma

quello che ti promette una barca e te la consegna davvero, e che soprattutto può darti un prodotto e un'assistenza che duri nel tempo. Il cliente attuale 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, e pertanto 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.

Tutto questo si collega anche al leasing nautico, perché il cliente ha capito che può ottenere un leasing che abbia una relazione con il suo reddito e con le sue effettive capacità economiche, perché per i "miracoli" non c'è più spazio. Quindi le società di leasing si trovano con una richiesta minore in termini di numero, ma che ha più probabilità di concretizzarsi in un leasing di medio periodo con risultati soddisfacenti per tutti.

Anche gli operatori del leasing sono più consapevoli e quindi l'analisi delle operazioni, sia da un punto di vista tecnico che di analisi del rischio e dei rischi operativi è sempre più attenta e il filtro maggiore.

Il settore dei "maxi yachts" è ancora limitatamente oggetto di leasing nautico, sia per gli elevati importi, sia perché, pur essendo la costruzione spesso appannaggio dei cantieri ita-

liani, la clientela è principalmente estera (armatori e/o società straniere): questo è un target che ha subito meno di tutti l'effetto della "crisi". Nel settore delle imbarcazioni da diporto, sia a motore che a vela, il leasing nautico costituisce ancora un fondamentale supporto alla vendita. Lo testimonia la collaborazione tra UCINA e ASSILEA.

Le operazioni di leasing, anche importanti, che si concludono oggi vedono generalmente una grande trasparenza e collaborazione tra tutti gli "attori" (cliente, fornitore/costruttore e società di leasing) che si traduce in maggiore disponibilità a chiarire tutti gli aspetti dell'operazione: il costruttore/fornitore deve dimostrare capacità costruttive e progettuali, ma anche una struttura economica tale da poter tranquillizzare gli interlocutori e fornire tutte le documentazioni e certificazioni necessarie; il cliente deve impostare un piano finanziario realistico e confacente alle proprie capacità reddituali, con adeguata contribuzione iniziale all'operazione; e infine la società di leasing, valutati tutti questi aspetti, deve da parte sua convincere sulla propria capacità tecnica e organizzativa specifica sul leasing, che la ponga in grado di essere adeguata partner. Il futuro è appannaggio di chi saprà fare "squadra".

Gianfranco Antognoli