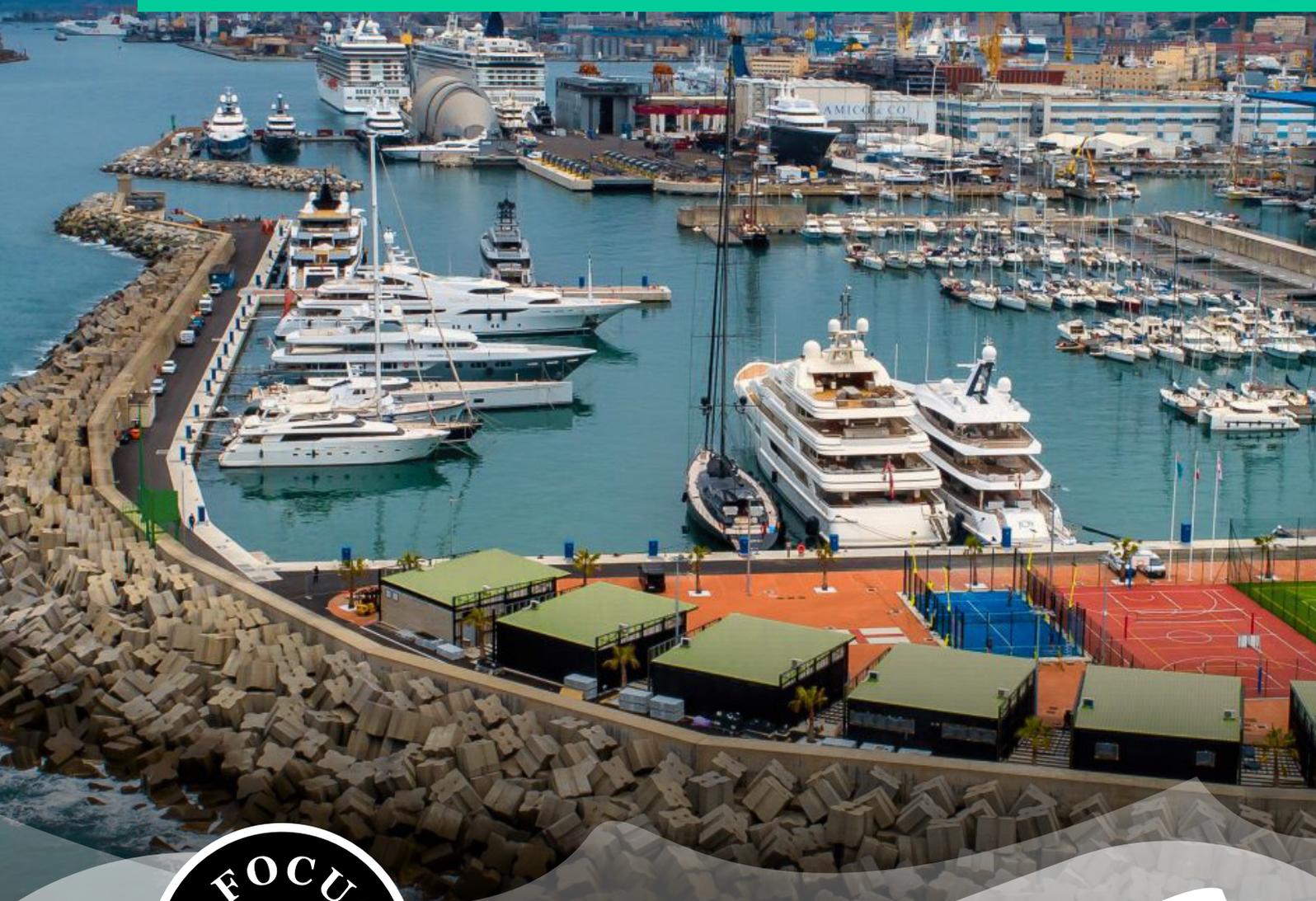


SETTEMBRE 2021

Motori, avanti tutta E vele spiegate: la nautica vive un anno da record



Rivista digitale
interattiva



ShipMag.
SHIPPING MAGAZINE

INDICE

- *61° Salone Nautico, tecnologia e innovazione al servizio del mare* 4
- *Cecchi: “Il Salone Nautico guarda al futuro, a Genova presenti tutti i big”* 5
- *Salone Nautico di Genova, largo alle start-up* 7
- *Un Salone sempre più internazionale “Raccogliamo i frutti dell’edizione 2020”* 8
- *Le novità in esposizione al 61° Salone Nautico* 10
- *Ripresa e crescita, ripartendo da Genova. Al via la nuova era di Ferretti Group* 12
- *Ordini, ricavi e margini in crescita. Costantino: “ISG in Borsa è il nostro ultimo traguardo”* 15
- *Baglietto, la classe non conosce crisi “Abbiamo già lavoro fino al 2024”* 17
- *Sanlorenzo non finisce mai di stupire
Nuovi modelli e rotta verso il total green* 19
- *“Vi presento la nuova Waterfront Marina,
sarà la casa dei super-yacht a Genova”* 21



■ <i>Grandi yacht, a Genova un impatto da 369 milioni</i>	23
■ <i>“Barche a vela e a motore, il design di Pininfarina è contaminazione creativa”</i>	25
■ <i>Gianneschi, un modello italiano che si è affermato nel mondo</i>	27
■ <i>Yacht e cruise, il made in Italy prezioso di Reccotiles</i>	30
■ <i>Pearl Yachts, l’eccellenza su misura “Dai nostri cantieri solo prodotti esclusivi</i>	32
■ <i>Nautica “resiliente” al Covid: Italia leader nei super yacht e seconda al mondo nell’export</i>	35
■ <i>“Cresce la domanda di yacht, cantieri in over produzione”</i>	40
■ <i>Benvenuti a Rounditaly, la regata più lunga del Mediterraneo</i>	43
■ <i>Quel filo che lega Genova a Trieste, nel segno del Salone Nautico</i>	44
■ <i>“Dal mondo digitale a quello reale, così è nato il progetto Rounditaly”</i>	47
■ <i>Nautica, l’obbligo della sostenibilità. L’obiettivo è sempre l’impatto zero</i>	49
■ <i>Azimut Benetti, quattordici barche per stupire il pubblico di Genova</i>	51
■ <i>Salerno Boat Show 2021. “L’ambizione è stata ripagata”</i>	53

61° Salone Nautico, tecnologia e innovazione al servizio del mare

Torna a Genova il fiore all'occhiello di tutte le manifestazioni nazionali del settore. Il Salone Nautico apre nuovi spazi e nuovi orizzonti dopo l'edizione 2020, in piena pandemia. La nuova manifestazione parte con alte aspettative e grandi numeri: 200.000 metri quadrati di esposizione, oltre mille imbarcazioni in vetrina e quasi 1000 brand coinvolti. Dal 16 al 21 Settembre le acque di Genova ospitano artigiani, alta tecnologia, innovazione e nuovi materiali per un Salone che si propone come il primo evento di vera ripresa. Gli spazi della Fiera di Genova, in mutamento per i lavori di creazione del nuovo waterfront di Levante, saranno la cornice ideale per l'intero comparto di disegno, produzione, progettazione e creazione di yacht, gommoni, imbarcazioni di ogni dimensione e tipo. Il mondo del mare vive oggi il suo momento più peculiare, con l'istituzione dello UN Ocean Decade, il decennio di attenzione, studio e cura dell'habitat marino. La decade appena iniziata vedrà proprio nel mare il suo elemento centrale. Politica, economia, rischi e opportunità arriveranno sulle coste di ogni nazione tramite le onde del mare. Un'occasione che Genova raccoglie presentando tutti i più grandi e capaci cantieri navali del settore, e offrendo numerosi eventi e momenti di confronto. Fra questi, il tradizionale palinsesto dei convegni istituzionali, con svariati seminari tecnici e conferenze sui principali temi del settore. L'innovazione sarà uno dei focus primari della manifestazione. Intelligenza artificiale, materiali innovativi e attenti all'ambiente, ma anche cybersecurity e dettagli di alta gamma per le imbarcazioni più ricercate. In programma anche la

seconda edizione del "Design Innovation Award", il premio istituito nel 2020 da Confindustria Nautica e I Saloni Nautici, con l'obiettivo di sostenere l'eccellenza della nautica e valorizzare l'innovazione promossa dagli espositori del Salone Nautico di Genova attraverso i propri prodotti. Al Breitling Theatre, all'interno dell'area Sailing, troveranno ampio spazio anche presentazioni, tavole rotonde ed eventi con i grandi campioni della vela. Tra questi, gli atleti italiani di ritorno da Tokyo 2020 e il team di Luna Rossa Prada Pirelli, fresco vincitore della Prada Cup e finalista dell'America's Cup. Giovedì 16 è il giorno del via a RoundItaly, la più lunga regata offshore non-stop del Mediterraneo. Le 1.130 miglia da percorrere andranno a unire idealmente le due città di Genova e Trieste, mentre Sabato 18 settembre sarà la giornata della Millevele, la veleggiata di Genova organizzata dallo Yacht Club Italiano, un appuntamento fisso tra gli eventi del Salone Nautico. Sport, idee e creazione di alto valore: il Salone Nautico è pronto a tornare a Genova. ■



■ Parla il Presidente Confindustria Nautica e i Saloni Nautici

Cecchi: “Il Salone Nautico guarda al futuro, a Genova presenti tutti i big”

“Capitalizziamo il lavoro impostato oltre un anno fa, in pieno stato di emergenza”

“Mi aspetto un Salone Nautico specchio di un settore in ripresa e capace di guardare al futuro”.

Di questo è convinto Saverio Cecchi, presidente di Confindustria Nautica e i Saloni Nautici, forte dei numeri della 61esima edizione, in programma dal 16 al 21 settembre a Genova, da mesi “sold out” nonostante il Covid: oltre 200.000 metri quadri di esposizione, di cui circa l’85% all’aperto, con più di 1.000 imbarcazioni, quasi 1.000 brand coinvolti, praticamente tutti i top player dell’industria nautica. Ad accoglierli ci sarà un layout trasformato dai lavori per la realizzazione del nuovo waterfront di Levante iniziata nell’ottobre 2020, che sarà completata nel 2023 e che assicurerà 200 posti barca in più e un

Palasport completamente rinnovato. Anche se gli effetti della trasformazione sono già visibili nelle nuove aree recuperate, sia a terra che a mare, e nel completamento di una nuova darsena ormeggi per le imbarcazioni sino a 15 metri, insieme all’utilizzo di nuovi pontili nelle altre darsene.

“Il Salone Nautico sarà come sempre una grande vetrina per la produzione, che vede al centro aziende che creano valore e occupazione, uno strumento strategico per assicurarne sostegno e sviluppo del business”, dice Cecchi, puntualizzando che “l’evento traduce nella pratica la sua granitica resilienza e capacità di adattamento”. →



Saverio Cecchi

“Apriremo con un altro grande progetto: la RoundItaly, la regata velica di oltre 1.130 miglia che unirà idealmente Genova a Trieste”

Se la passata edizione sarà ricordata come quella del coraggio e della perseveranza - “il Salone di Genova è stato l’unico in Europa, se non nel mondo, ad organizzare un evento di settore in presenza” -, la nuova edizione punta a consolidare la rinnovata centralità della manifestazione agli occhi del mondo: “Capitalizziamo il lavoro impostato oltre un anno fa, in pieno stato di emergenza, per sostenere il comparto e le imprese del settore nel momento più critico di sempre per l’economia mondiale. In un momento di massima visibilità pubblica, siamo stati un esempio di sicurezza e un modello di gestione nuovo, funzionale e

di successo”.

L’evento 2021 aveva chiuso le prenotazioni già a giugno. “Abbiamo dovuto dire qualche no, ma alla 61esima edizione saranno presenti tutti i principali player nazionali e internazionali con il ritorno di Baglietto, Ferretti, Cranchi Yachts, Absolute, Arcadia Yachts e Sirena Marine”, sottolinea Cecchi. A questo punto, il presidente dà appuntamento al 16 settembre, la giornata inaugurale del Salone: “Apriremo con un altro grande progetto: la RoundItaly, la regata velica di oltre 1.130 miglia che unirà idealmente Genova a Trieste, organizzata dallo Yacht Club Italiano, la Società Velica di Barcola e Grignano, Barcolana, Confindustria Nautica e la Federazione Italiana Vela. E sabato 18 settembre sarà la giornata della Millevele, la veleggiata di Genova organizzata dallo Yacht Club Italiano, che rappresenta un appuntamento fisso tra gli eventi del Salone Nautico”. ■



Salone Nautico di Genova, largo alle start-up

Tecnologia, ambiente, innovazione: un'avveniristica vetrina sul futuro del settore

Il Salone guarda anche al futuro: la giornata di venerdì 17 Settembre sarà dedicata alle Start-up innovative legate alla nautica. “Generma”, nata nel 2016, è una start-up dedicata alla produzione di dispositivi di generazione di energia rinnovabile attraverso la conversione del moto ondoso, mentre “DressCoders®” è specializzata in wearable technologies applicate al tessile. Restando sul mondo dell’abbigliamento, troviamo tra le aziende anche “Atlantide”, nata con l’obiettivo di realizzare prodotti e sistemi di protezione legati alla sicurezza in ambito sportivo, e “LB9 Brand”. Quest’ultima, nata e cresciuta grazie all’esperienza del Campione Mondiale di Canoa Polo Luca Bellini, porta al Nautico abbigliamento tecnico sportivo ad alto contenuto tecnologico per il mondo marino e acquatico outdoor. Gli studenti dell’Università di Bologna saranno poi presenti grazie a due progetti di start-up dedicate al mare: “UniBoAT” e “Futura”, il catamarano monoposto da competizione realizzato dagli studenti stessi, basato su un sistema di propulsione che integra molteplici fonti di energia, tutte a emissioni zero. Sempre in tema di produzione e disegno, troviamo “Openfactory”, che attraverso “Seagoma” porta a Genova la sua visione di start-up innovativa operante nel campo del design, dell’ingegneria integrata e della prototipazione rapida. “Atena” presenta l’ammortizzatore d’ormeggio che garantisce la tenuta con un allungamento pari a solo il 20% del suo massimo, mentre “Boost Marine” si propone di digitalizzare i servizi e i processi produttivi della nautica attraverso la piattaforma cloud-based “Glauco”. Tra le start-up attente alla sostenibilità ambientale figurano inoltre “GerrisBoats”, “E4Boat” e “E-Concept”. La prima, dedicata allo sviluppo di una piattaforma scafo a bassa resistenza e bassa generazione d’onda, mentre “E4Boat” sarà invece presente a Genova grazie alle tecnologie ibride o full elettrico che possono essere utilizzate riducendo al minimo l’impatto ambientale. “E-Concept” sarà al Nautico con “e-dock”, la soluzione per l’infrastruttura, l’alimentazione e la ricarica elettrica delle imbarcazioni, siano esse da diporto, da lavoro o per il trasporto passeggeri. Much attention all’energia, alla tecnologia e all’innovazione, temi protagonisti venerdì 17 grazie alla premiazione del Design Innovation Award, alla sua seconda edizione. Il premio, istituito lo scorso anno da Confindustria Nautica e I Saloni Nautici, ha come obiettivo quello di sostenere l’eccellenza del settore e valorizzarne l’innovazione promossa dagli espositori del Nautico di Genova. ■

Un Salone sempre più internazionale

“Raccogliamo i frutti dell’edizione 2020”

Marina Stella, Direttore Generale di Confindustria Nautica:

“Il piano ICE funziona”. Il mercato interno? “Cresce, grazie anche al Covid”

“Più che sui numeri, puntiamo alla soddisfazione degli espositori che anche nella complessa edizione 2020 è stata elevata per la presenza di pubblico qualificato e orientato al business, alla costruzione di valore”. Marina Stella, Direttore Generale di Confindustria Nautica, puntualizza subito quali sono gli obiettivi che il Salone Nautico di Genova pensa di raggiungere, “dal momento che quest’anno il protocollo di sicurezza sanitaria prevede di nuovo distanziamenti, protezioni e accessi contingentati”. Stella, tuttavia, anticipa che “sul versante partecipazioni estere saranno presenti in questa edizione, come nella precedente, i più importanti operatori mondiali del settore, i giornalisti esteri e buyer internazionali provenienti da 25 Paesi nell’ambito del progetto di incoming inserito nel Piano di promozione del Made in Italy del ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale e reso operativo da ICE Agenzia”.

Presenze che testimoniano la centralità del Salone Nautico di Genova, punto di riferimento per le tante aziende italiane del settore che esportano i loro gioielli in tutto il mondo. “Gli strumenti di internazionalizzazione messi in campo con Agenzia ICE amplificheranno il Salone Nautico nella sua funzione anticiclica, così come ha saputo dimostrare nella difficile edizione 2020, durante la pandemia”, sottolinea Stella.

Intanto, i numeri della produzione del settore per l’export dicono che il giro di affari è di 3 miliardi

di euro, di cui 2,5 miliardi di sola produzione cantieristica. “Il comparto esporta in tutto il mondo, Stati Uniti ed Europa sono i mercati tradizionali di interesse e di sicuro continueranno ad essere centrali in questo momento caratterizzato dall’emergenza sanitaria in quanto sono già consolidati e strutturati, e non richiedono azioni complesse”, osserva il direttore.

Complice proprio il Covid, la barca è stata scoperta o riscoperta anche dal mercato interno. Molti italiani si sono avvicinati a questo mondo con entusiasmo. Un fenomeno strutturale o emotivo?

“Quella del 2020 è stata sicuramente un’estate particolare e positiva per il settore: un’estate che ha fatto scoprire la nautica da diporto ad un gran numero di italiani”, conferma il direttore. “Nel contesto



Marina Stella

“Abbiamo portato a casa ben due riforme del Codice della nautica, e siamo ancora in attesa del nuovo regolamento di attuazione”



dell'emergenza sanitaria – aggiunge - la vacanza in barca è percepita, a ragione, come sicura in quanto a bassa aggregazione e strategica per il distanziamento. Questo ha riguardato tutte le fasce di mercato. È stato un momento di significativa crescita e di grande soddisfazione anche per il charter, di tutte le dimensioni”.

Stella è convinta che la precedente edizione del Salone abbia alimentato il fenomeno, coinvolgendo persone che - per la prima volta - si sono avvicinate alla nautica e alle attività del mare. “L’evento di un anno fa ha costituito un momento strategico per il consolidamento di questi risultati e ha consentito da una parte al pubblico di avere a disposizione un’esposizione completa dell’offerta internazionale di settore e agli espositori di raccogliere e soddisfare la domanda del mercato”.

Il direttore sottolinea poi che in questi ultimi due anni ci sono stati interventi normativi che hanno permesso di ridare fiato al settore. “Abbiamo portato a casa ben due riforme del Codice della nautica, e siamo ancora in attesa del nuovo regolamento di attuazione, con una particolare attenzione ad ammodernamento

delle regole di sicurezza, aggiornamento delle patenti nautiche, semplificazioni amministrative, nuova normativa per i natanti in noleggio e locazione, allineamento delle norme tecniche per i superyacht con quelle inglesi e maltesi”, segnala Stella.

Sul tavolo ci sono però le questioni che minano la competitività delle aziende italiane come “la disomogeneità in termini di applicazione di IVA in Europa, e l’annosa situazione del contenzioso con lo Stato in materia di porti turistici che sono a rischio sopravvivenza per l’applicazione retroattiva degli aumenti dei canoni demaniali stabilita nel 2007”.

Stella conclude: “C’è poi il tema del sostegno a tutte le imprese della filiera del turismo nautico, porti, società di charter, scuole nautiche, broker e agenzie servizi, che sono state fortemente impattate dalle misure anti-Covid e non sempre beneficiano degli interventi previsti per le aziende turistiche”. ■



Le novità in esposizione al 61° Salone Nautico

La kermesse genovese si arricchisce da sempre delle novità del settore e dei grandi nomi del mondo nautico. Anche l'edizione 2021 non sarà da meno, grazie alla presenza di grandi cantieri e di una lunga serie di novità in fatto di yacht. Absolute Yachts porta a Genova il suo nuovo "Absolute 48 Coupè", 14,90 metri di motoryacht che si prefigge l'obiettivo di affascinare i visitatori grazie alle ampie finestrate panoramiche apribili e un pozzetto di grandi dimensioni in versione "terrazza". La nuova proposta di Baglietto è costituita da DOM 133 Run Away, che ne ha già segnato la vendita di quattro esemplari. Lo yacht del cantiere nato a Varazze conta 37 metri di lunghezza, ed è firmato dal noto designer Stefano Vafiadis. Il DOM 133 Run Away si sviluppa su tre ponti, oltre al fly bridge. Un hammam e un'area gym si aggiungono al giapponese bar all'interno dello sky lounge, presentando un'imbarcazione dotata di comfort e stile. Due CAT C32 da 1.193kW portano lo yacht a una velocità di crociera di 15 nodi. "Amer Yachts" presenta a Genova il suo "Amer 120", nuova ammiraglia della società del Gruppo Permare. Lungo 33,10 metri, lo yacht vanta una motorizzazione con quattro Volvo Penta 1350 IPS - 4 x 1000 hp con la predisposizione per il Selective Catalytic Reduction. Lusso, sport e tecnologia trovano ampio spazio anche nel nuovo Sanlorenzo SL 120Asymmetric, che sbarca in passerella presentando linee particolari in tema di design. L'ultima arrivata propone 15 metri quadrati della zona living outdoor di prua a totale disposizione dell'armatore, mentre il beach club al suo interno registra oltre 45 metri quadrati grazie alle terrazze laterali abbattibili. "Azimut Yachts"

arricchisce la Collezione Flybridge con "Azimut 68", con una lunghezza di 20,98 metri fuori tutto. Alberto Mancini e Achille Salvagni firmano rispettivamente l'exterior e l'interior design dell'imbarcazione, che ha in catalogo tre diverse soluzioni per gli interni del main deck. Sono otto gli ospiti che "AZIMUT 68" può ospitare in quattro diverse cabine, che viaggeranno su due Volvo IPS 1350 da 1000 Cv con una velocità di crociera di 28 nodi. Design e grandi firme anche per il "Lagoon 55", catamarano di 16,56 metri in grado di ospitare dalle 8 alle 16 persone in base agli allestimenti, con una superficie velica di 186 mq e una motorizzazione composta da due motori da 80 o 115 Cv. Invictus Yacht porta al 61° Salone Nautico uno dei modelli di maggior successo, l'Invictus TT280S. La nuova versione dello yacht, rivolta a un target sportivo, è ampiamente personalizzabile con le numerose opzioni che il Cantiere propone quanto a soluzioni cromatiche dello scafo. Tra le novità, lo "Swan 58" di "Nautor's Swan", lungo 19,11 metri a pochi mesi dal suo varo, avvenuto in Aprile. Progettato da German Frers, è definito un Blue Water Fast Cruiser che si trova a proprio agio sia nella crociera d'altura sia nelle regate ORC e IRC grazie a un upgrade Performance Pack. Albero in carbonio e possibilità di chiglia fissa (2,70 metri di pescaggio) o lifting keel (2,10-3,10m), ha il piano velico composto da randa (116,52 mq), genoa (97,48 mq) e gennaker (334 mq). Una prima uscita anche per "IY 14.98" di "Italia Yachts", che presenta agli appassionati un'imbarcazione da 15,35 metri con un piano di coperta dotato di ampi spazi liberi. "Mylius" porta in scena il suo nuovo "M' 72", che abbina le firme di Shaun Carkeek e Aldo Parisotto. Un'impostazione tailor made che sul nuovo M'72 di Mylius si unirà al design, all'innovazione tecnologia e alle prestazioni racing per spingere oltre i confini della cultura nautica. Chiudono le novità "Vismara Marine Concepts" con il suo "Momi 80" - varato a Luglio, con 26,20 metri di lunghezza fuori tutto con interni in legno di rovere che incorniciano il living centrale e le cabine - e lo "Stradivari 43" dei "Cantieri Capelli", costruito in collaborazione con il Consorzio Liutai "Antonio Stradivari", con una portata di 18 persone. La motorizzazione è costituita da una coppia di Yamaha XTO V8 da 425 Cv. ■



Ripresa e crescita, ripartendo da Genova. Al via la nuova era di Ferretti Group

“Siamo orgogliosi di portare a Genova due premiere: il Diable 68’, l’ammiraglia Riva forgiata nel cantiere di Sarnico, e il Pershing 6X, ultimo gioiello della gamma Generazione X firmata Pershing”

Itama, Pershing, Riva, ma anche Ferretti Yachts, CRN, Custom Line e Wally. Ferretti Group riunisce alcuni dei più prestigiosi brand di costruzione, progettazione e vendita del mondo yacht e di navi da diporto, con un network globale tra cantieri e dealer specializzati. Una galassia di conoscenza del mondo marino che oggi vive un momento di grande espansione, e che torna a Genova per la 61esima edizione del Salone Nautico. A raccontare i numeri e le novità del Gruppo, Stefano De Vivo, Chief Commercial Officer di Ferretti Group.

Torna in scena il Salone Nautico di Genova, e Ferretti Group torna nel “Salone di casa”. Quali sono le sensazioni per questa scelta?

«Siamo felici di tornare a Genova ancora una volta, un Salone che per Ferretti Group è sinonimo di “casa”. In questa stagione si susseguono numerosi saloni e kermesse in tutta Europa, e come Gruppo siamo impegnati a portare in ognuno di essi particolarità e novità di tutti i nostri brand. Certamente siamo molto legati a Genova, per la storia e per l’importanza che da sempre contraddistingue questa kermesse. Ferretti vanta un rapporto unico con il territorio ligure, dove ha sede uno dei suoi cantieri più importanti, alla Spezia, con oltre 60.000 metri quadrati di spazio di lavoro. Questo sito produttivo rappresenta per il Gruppo un luogo di estrema rilevanza strategica e industriale, anche perché segna il punto di riferimento a livello

“Siamo felici di tornare qui ancora una volta, un Salone che per Ferretti Group è sinonimo di casa”



Stefano De Vivo

tecnico, logistico e commerciale nel bacino del Mar Ligure e nel Tirreno. Lo spazio che abbiamo vanta inoltre il più grande centro collaudo, per la messa in acqua e la consegna di yacht del Gruppo. Questi numeri e la storia del luogo hanno generato notevole valore aggiunto per il territorio grazie a tutti gli investimenti portati avanti negli anni, che rendono il nostro sito produttivo una leva di crescita per tutto il settore a livello regionale».

Nonostante le difficoltà del momento, il trend globale nel settore della nautica fa registrare numeri positivi e crescita a lungo termine. Quali sono i numeri dei primi mesi del 2021 nel settore?

«Già nel 2020 abbiamo avuto una crescita sostanziale in tutte le aree mondiali, un dato che probabilmente non si vedeva dal 2004. Questo risultato ci inorgoglisce e ci consegna uno spaccato che racconta un trend forte anche per i prossimi anni. Vediamo una grande voglia di vivere e divertirsi con stile, desiderio che premia le nostre eccellenze su tutti i fronti. Il nostro Gruppo ha quindi evidenziato un'ottima risposta alla pandemia con risultati record a livello finanziario. Il primo trimestre dell'anno, al 31 Marzo, registrava un Ebitda di 18€ milioni, Order Intake a 200€ milioni (al 19 Aprile salito a 284€ milioni), 56 Vari (rispetto ai 43 dello stesso periodo del 2020) e un portafoglio ordini di oltre 800€ milioni. Numeri che alzano ulteriormente il livello in termini di qualità e capacità di produzione, e che rendono Ferretti un nome sempre più centrale nel mondo della nautica a livello globale».

Da Riva a Pershing, da Ferretti Yachts a Itama. Quali novità potremo vedere al Salone Nautico di Genova?

«Siamo orgogliosi di portare a Genova due primiere: il Diable 68', l'ammiraglia Riva forgiata nel cantiere di Sarnico, e il Pershing 6X, ultimo gioiello della gamma Generazione X firmata Pershing che ha conquistato tutti per avanguardia tecnologica e prestazioni. Oltre a questi, saranno esposti anche alcuni dei modelli Ferretti Group di maggior successo. Tra questi il flybridge Ferretti Yachts 500 e Ferretti Yachts 670, il raffinato Custom Line 106' della serie planante e il

48wallytenderX, la versione con motori fuoribordo dell'innovativo tender firmato Wally, presentato in anteprima europea lo scorso maggio al Salone Nautico di Venezia.

Nuovi design, nuove aspettative e attenzione alla sostenibilità ambientale. Quali sono le direttrici del mercato di oggi e di domani?

«Sicuramente questi tre concetti diventano sempre più importanti per gli armatori nel momento in cui decidono di comprare un nuovo yacht. Per questo motivo continuiamo sempre a investire in ricerca e sviluppo, non solo per soddisfare le esigenze dei nostri clienti, ma anche per essere pionieri nell'offrire le soluzioni più innovative. Siamo la prima azienda del settore nautico a pubblicare un bilancio di sostenibilità. Abbiamo preso due criteri come base nel processo decisionale: in primo luogo, la soddisfazione degli azionisti del marchio per le prestazioni dell'azienda e, in secondo luogo, ciò che facciamo per i nostri dipendenti e per l'ambiente. Quest'anno, durante la misurazione delle nostre prestazioni di sostenibilità, ci siamo concentrati sull'uso dei materiali giusti, performanti e sostenibili, e sulla protezione della vita marina. Puntiamo a fare ancora meglio il prossimo anno. È molto importante che l'azienda faccia delle valutazioni sulla sostenibilità. Pertanto, prendere le giuste decisioni sugli acquisti e sui materiali da utilizzare e collaborare con i fornitori più idonei è molto importante. →



Come si traduce l'innovazione tecnologica nel contesto dei super yacht?

«Per tutti i nostri brand siamo costantemente impegnati a investire in innovazione tecnologica, anche se sappiamo che la tecnologia da sola non può bastare. Per esempio, la produzione Pershing si caratterizza per la costante ricerca stilistica e le più elevate performance in mare a cui, da sempre, si affianca una cura attenta a offrire la massima sicurezza anche alle andature più veloci. Nella categoria dei superyacht, in particolare, fanno la differenza l'impiego di materiali innovativi e di pregiata qualità e una progettazione degli interni finalizzata ad offrire eccellenti livelli di comfort e di sfruttamento dei volumi. Parlando di tecnologia e sostenibilità, prendiamo ad esempio anche il fatto che abbiamo cercato di ridurre al minimo la dispersione di energia per la refrigerazione o il riscaldamento degli spazi interni, incidendo quindi su un minor inquinamento. Questo genere di interventi necessita tuttavia di nuovi materiali, per non pesare eccessivamente sullo scafo. E quindi abbiamo creato soluzioni innovative con materiali nuovi, in grado di rispondere alle più raffinate richieste dei clienti andando contemporaneamente a contrastare l'emissione di CO₂».

Investimenti in Italia, fra cui Taranto, e importanti premi ai Boat International Design & Innovation Awards 2021. Gli ultimi mesi hanno visto ottime notizie, quali sono le prospettive per il futuro del Gruppo?

«I nostri progetti si concentrano soprattutto nel potenziamento della capacità produttiva per rispondere nella maniera più efficace alla crescente domanda del mercato. In alcuni casi abbiamo già pre-order fino al 2024, segno che i brand controllati dal Gruppo rappresentano ormai un'eccellenza riconosciuta. Da anni investiamo importanti risorse nell'ammodernamento e nell'ampiamiento dei nostri cantieri, dalla Spezia alla Superyacht Yard di Ancona. Proprio a Taranto abbiamo consolidato questa strategia creando un cantiere navale in grado

di sviluppare carbonio e vetreoresina, coadiuvato da un nuovo centro di ricerca e tecnologia avanzata sui materiali e da una divisione di ingegneria. Negli ultimi tempi abbiamo difficoltà a reperire le risorse umane necessarie per le particolarità che servono in questo settore, e per questo motivo collaboriamo sempre più convintamente con scuole professionali e Università in tutta Italia per selezionare le menti più brillanti e le persone più capaci, fornendo possibilità di grande crescita professionale all'interno di un mondo industriale estremamente peculiare».

La nautica può essere il traino per una crescita sostenuta a livello economico e occupazionale?

«Il nostro settore rappresenta un'industria importante per l'economia italiana, che a seguito di un 2020 complesso sta vivendo oggi una vera e propria rinascita. Chiaramente è un settore privilegiato, che ha sostenuto bene l'impatto della pandemia, ma che è in grado di fornire grande crescita economica e sociale in tutti i territori in cui è maggiormente coinvolto. Il nostro Paese conferma la leadership a livello mondiale nel settore dei superyacht, motivo che ci consente di guardare al futuro con ottimismo. Il Global Order Book di Boat International posiziona l'industria italiana al vertice per gli ordini delle unità superiori a 24 metri, con 407 yacht in costruzione su un totale di 821 a livello globale. Per l'Italia si tratta del maggiore numero di ordini registrato dal 2009 in poi. Dal benessere dell'industria deriva una catena di fornitura che consta di 2.500 addetti in tutti i passaggi produttivi, di cui l'85% situati in territorio italiano. Circa 4.000 famiglie vivono direttamente del settore della nautica, e Ferretti Group distribuisce nel Paese oltre il 75% del valore economico totale generato. Un motivo di orgoglio in più per chi, come noi, ha una rete globale di vendita in 80 nazioni ma che non dimentica una lunga storia di creazione iniziata nel 1968». ■

Ordini, ricavi e margini in crescita. Costantino: “ISG in Borsa è il nostro ultimo traguardo”

“La quotazione appresenta un’ulteriore spinta ai nostri piani di espansione”

“Il settore della nautica fino e oltre 100 metri si è dimostrato più resiliente rispetto ad altri settori anche in considerazione del fatto che la clientela è fidelizzata, internazionale e costituita da soli ‘ultra high net worth individuals’ meno esposti a scenari economici recessivi. Nonostante la grave pandemia, noi abbiamo continuato ad investire sia in capacità produttiva che in risorse umane e a fine 2020 abbiamo ottenuto ottimi risultati in termini di crescita di ricavi e marginalità”.

E’ lo scenario che illustra Giovanni Costantino, fondatore e ceo di The Italian Sea Group (ISG), operatore globale della nautica di lusso, mercato che presidia a livello mondiale con i brand storici Admiral e Tecnomar nelle nuove costruzioni, il suo core business, e con il marchio Nca Refit nelle attività

di refitting. Il 2020 è stato un anno di “risultati straordinari” per il ISG, chiuso con un portafoglio di 19 unità in costruzione tra i 40 e i 100 metri; importanti investimenti programmati per ampliare il sito produttivo; 96 nuove assunzioni con un’età media di 35 anni.

“Siamo cresciuti sia in termini di ricavi e marginalità, sia per l’incremento significativo dei nuovi contratti che hanno fatto crescere l’orderbook a 605 milioni di euro, di cui circa 286 milioni relativi a nuovi contratti firmati (shipbuilding e refit) nel corso dell’esercizio 2020”, sottolinea Costantino.

Il 2021 che anno sarà?

“I primi mesi del 2021 sono in linea con le nostre aspettative. Proseguiamo a ritmo serrato con i piani di produzione e con le attività di ampliamento del cantiere. Abbiamo inaugurato gli spazi produttivi dedicati alla linea Tecnomar for Lamborghini 63 e realizzato il primo capannone, come da piano di ampliamento TISG 4.0, in cui potranno essere allestite fino a 2 navi da 75 metri contemporaneamente”, risponde il ceo.

Per l’azienda, il 2021 è stato soprattutto l’anno della quotazione in Borsa, avvenuta all’inizio di giugno. Nelle settimane successive il titolo del gruppo è volato evidenziando un andamento più marcato rispetto alla trendline del FTSE MIB e confermando la maggiore →

“Siamo cresciuti sia in termini di ricavi e marginalità, sia per l’incremento significativo dei nuovi contratti”



Giovanni Costantino



propensione all'acquisto da parte degli investitori verso le azioni del gruppo.

Siete rimasti sorpresi dalla performance azionaria?

“Innanzitutto, il traguardo raggiunto con la quotazione in Borsa mi rende orgoglioso ed è la dimostrazione del nostro impegno costante, professionalità e passione”, premette Costantino. “Il mercato sta dimostrando di comprendere e apprezzare il nostro modello di business; continueremo a lavorare per realizzare il nostro progetto di crescita a lungo termine. La nostra è una storia di sviluppo e la quotazione rappresenta un'ulteriore spinta ai nostri piani di espansione”, aggiunge.

Come reinvestirete il tesoretto della Borsa?

“Intendiamo utilizzare i proventi della quotazione per l'attuazione dei nostri obiettivi strategici al fine di aumentare la capacità produttiva della divisione Shipbuilding e concentrarci sulla realizzazione di yacht oltre i 100 metri di lunghezza e per sviluppare ulteriormente le attività della divisione NCA Refit. Un'altra importante linea di sviluppo dell'azienda è l'attività di brand extension con marchi del luxury, fashion e high technology italiani, in linea con il

posizionamento elevato di The Italian Sea Group”, spiega il ceo.

L'ultimo modello in costruzione è un catamarano a motore di 45 metri di lunghezza che si sviluppa su 750 GT.

“E' un prodotto unico e top secret: ho firmato un 'non disclosure agreement' con l'armatore per non divulgare informazioni fintanto che non sarà varato nella seconda metà del 2023”, conferma Costantino.

Intanto, procedono “a pieno ritorno” i lavori di espansione nel cantiere di Marina di Carrara. “A fine ottobre sarà inaugurato il nuovo bacino, il primo costruito in Italia dopo 50 anni, considerando che l'ultimo è stato costruito nel nostro cantiere”, conclude Costantino. ■

Baglietto, la classe non conosce crisi

“Abbiamo già lavoro fino al 2024”

“Siamo tra i pochi sul mercato a personalizzare imbarcazioni sopra i 40 metri, è un nostro marchio di fabbrica. Tendenze? Barche sempre più a contatto col mare”

Il bilancio è assolutamente positivo per vendite e commesse: “Abbiamo lavoro già fino al 2024”, spiega Fabio Ermetto, Chief Commercial Officer di Baglietto. Uno sguardo al presente ma un occhio al futuro su progetti innovativi legati alle nuove tecnologie green ed ecosostenibili. Un’azienda da sempre protagonista in particolare dai 40 ai 60 metri, il nostro core business, spiega il CCO di Baglietto. Massima attenzione alla personalizzazione dello yacht e spazio nei saloni in programma ad alcuni gioielli come il motor yacht PANAM scafo in alluminio di 40m, con 3 motori MTU V16 2000 e 3 idrogetti KaMeWa

Qual è stato il bilancio di questi dodici mesi?

“Sicuramente sono stati ricchi di novità e grandi soddisfazioni per la nostra azienda. Quattro barche sono state consegnate e ne abbiamo vendute sei, abbiamo lanciato nuovi modelli come il T52 disegnato da Francesco Paszkowski Design che ripercorre e attualizza la tradizione dislocante Baglietto ed il DOM133 a firma Stefano Vafiadis, un successo nel suo segmento. Oltre ad aver riproposto la tradizione performante con 2 linee veloci FAST e SUPERFAST che da sempre sono nel DNA del marchio. Oltre alla produzione fully custom che resta una parte importante della nostra produzione”.

Quante sono le barche in costruzione?

“Esattamente 13, siamo contenti, i risultati si vedono

con un order book completo fino al 2024. Inoltre, ci siamo concentrati anche su progetti molto interessanti dal punto di vista tecnologico e del design. Il DOM133, ad esempio, è stato sicuramente premiato dal mercato in un momento di ripartenza positivo. Di questo abbiamo già venduto 4 esemplari e uno in costruzione in speculazione. Abbiamo riscontrato grande voglia di yacht in particolare nel segmento tra i 40 e 60 metri dove siamo tra i più attivi”.

Quali sono le aspettative che avete dai Saloni in programma?

“Sicuramente sono occasioni importanti e ci aspettiamo riscontri positivi, potremo tornare ad incontrare finalmente in presenza i nostri clienti e conoscerne di nuovi: pensiamo che ci possa essere un buon livello di attività”.

Su quali barche punterete?

“In queste fiere punteremo in particolare sui 40 metri, un segmento che ci vede tra i sicuri leader a livello mondiale. Il Panam, ad esempio, sarà a Cannes e Monaco, scafo in alluminio, con 3 motori MTU V16 2000 e 3 idrogetti KaMeWa che lo spingono ad un massimo di 31 nodi ed una comoda velocità di crociera di 25. A Monaco vedremo anche il MY Club M, anch’esso di 40 metri, vincitore di molti riconoscimenti mondiali nell’ultimo anno. Ma in particolare teniamo molto ad un aspetto”. →

“Abbiamo notato il desiderio dell’armatore di vivere la barca sempre più a contatto con il mare”



Fabio Ermetto

Quale?

“Siamo tra i pochi sul mercato a personalizzare imbarcazioni sopra i 40 metri, è un nostro marchio di fabbrica: non è semplice customizzare su yacht di queste dimensioni ma siamo in grado grazie alla nostra abilità e grandissima attenzione alla tecnologia”.

In questo senso, quanto è importante per voi l’innovazione tecnologica?

“Moltissimo, Baglietto ha nel dna questa filosofia: nella sua storia ha sempre anticipato i tempi. Quando altri costruivano in legno, ad esempio, noi producevamo imbarcazioni in alluminio. Quello che per altre realtà rappresenta il futuro, per noi è il presente: ad esempio siamo stati i primi in Italia ad ottenere la certificazione Lloyds’ Hybrid Power con il motor yacht Vanadis. E

siamo pienamente operativi anche su progetti nuovi legati all’impiego di nuove risorse energetiche come, ad esempio, l’idrogeno”.

Quali sono i nuovi orientamenti che arrivano dal mercato?

“Abbiamo notato da tempo il desiderio da parte dell’armatore di vivere la barca sempre più a contatto con il mare: dalle grandi vetrate a tutta altezza che permettono l’ingresso di tanta luce naturale, alle terrazze affacciate sul mare o alle poppe aperte con beach club sempre più inclusivi, disegnati per essere sempre più vissuti in contatto con l’acqua”.

Da dove arrivano i vostri clienti?

“In particolare dall’Europa ma anche da Centro e nord America. Abbiamo contatti anche con l’Asia, ma i problemi legati al Covid per quanto riguarda gli spostamenti hanno frenato quel tipo di clientela. Se per mentalità il compratore statunitense è più abituato ad un contatto a distanza, infatti, quello asiatico invece preferisce sicuramente la relazione in presenza”. ■





■ Le novità di uno dei più prestigiosi cantieri al mondo

Sanlorenzo non finisce mai di stupire Nuovi modelli e rotta verso il total green

Dal sorprendente SD118 all'avveniristico Bluegame BG72: così il gruppo italiano guidato da Massimo Perotti conferma la sua leadership

Tre nuovi modelli dal design d'autore, asimmetria quale elemento distintivo, ridefinizione continua dei convenzionali equilibri di bordo. Sono gli yacht presentati da Sanlorenzo in anteprima pochi giorni fa al Cannes Yachting Festival.

Iniziamo da SD118 con l'innovativo layout che ha permesso di realizzare una barca con una stazza di 290 GT, volumi importanti per uno yacht di queste dimensioni.

Un modello che nasce dalla collaborazione con Bernardo Zuccon, dello studio di progettazione Zuccon International Project, per la progettazione del nuovo layout e delle linee esterne che

rappresentano un'interpretazione contemporanea delle linee classiche delle navette. Poi Sanlorenzo →



Massimo Perotti

“Rispondiamo alle sfide della sostenibilità sviluppando per primi una nuova generazione di tecnologie che segnerà un importante cambio di rotta nel settore dello yachting”

continua a riscrivere i convenzionali equilibri di bordo presentando contemporaneamente sul mercato due nuovi modelli asimmetrici: SL90Asymmetric e SL120Asymmetric. Il concept della linea asimmetrica è il risultato dell'incontro tra menti e creatività differenti. Nel 2018 Sanlorenzo ha lanciato il suo primo modello asimmetrico, l'SL102A, rivoluzionando il layout canonico di uno yacht e regalando ulteriore spazio agli ambienti interni e un diretto contatto con il mare. Un approccio che viene declinato diversamente in ognuno dei tre modelli, insieme a inedite innovazioni e contenuti progettuali che rendono unica ognuna delle nuove proposte.

Anteprima mondiale anche per il modello Bluegame BG72, nuovo yacht di 72 piedi che evolve la storica gamma BG, combinando i concept delle gamme BG e BGX in un felice incontro tra open e flybridge. Progettato come tutti i modelli Bluegame da Luca Santella avvalendosi della collaborazione con lo studio Zuccon International Project, il BG72 mantiene il telaio ingegneristico dei modelli BGX

con lo scafo altamente performante realizzato in collaborazione con l'architetto navale Lou Codega e l'avanzato sistema di propulsione Volvo Ips che assicura prestazioni elevate e bassi consumi.

E Sanlorenzo guarda sempre di più al green e lo ha certificato attraverso l'accordo con Siemens Energy per lo sviluppo di soluzioni per l'integrazione della tecnologia a fuelcell nel settore dello yachting 24-80m e di due contratti di sviluppo ed acquisto per sistemi di nuova generazione diesel elettrici e ibridi. "È per noi una grande soddisfazione aver sancito questi accordi con Siemens Energy, azienda leader a livello mondiale nell'ambito delle tecnologie energetiche; unendo le rispettive esperienze e risorse potremo rispondere al meglio alle sfide nell'ambito della sostenibilità, sviluppando per primi una nuova generazione di tecnologie che segnerà un importante cambio di rotta nel settore dello yachting", ha spiegato Massimo Perotti, Presidente e Chief Executive Officer di Sanlorenzo. ■



“Vi presento la nuova Waterfront Marina, sarà la casa dei super-yacht a Genova”

Alberto Amico, Presidente di Amico&Co, spiega i punti di forza dell'infrastruttura e le sue potenzialità

“Non ci sono solo i traffici container, passeggeri e merci varie nel porto di Genova. Ora ci sono anche i traffici dello yachting, un mercato che sta crescendo e che presenta enormi margini di sviluppo. Parliamo di un settore che, con le sue attività, occupa poco spazio, genera un bassissimo impatto ambientale, crea valore aggiunto alla città ed è a costo zero per l'Erario, perché le infrastrutture sono finanziate dai privati”.

Sono passati poco più di tre mesi da quando Alberto Amico, presidente di Amico&Co, gruppo tra i più importanti in Europa e tra i primi tre al mondo nel settore delle riparazioni e ristrutturazioni dei mega yacht, ha presentato pubblicamente la conclusione dei lavori della nuova “Waterfront Marina”, dove si svolgerà per la prima volta il Salone Nautico di Genova. Una infrastruttura riqualificata con 6 milioni di euro di investimenti, tutti finanziati dal gruppo Amico&Co, che ha l'ambizione di diventare un polo dedicato all'accoglienza dei grandi yacht, degli armatori, dei loro equipaggi, dei charter manager, nel cuore di Genova.

La nuova Darsena si integra in uno dei progetti più avveniristici presenti oggi in Italia che interessa il rifacimento completo dell'area fieristica della città, secondo il disegno dell'architetto Renzo Piano che completa idealmente quella parte di Porto Antico che ha fatto rinascere Genova. I lavori del futuristico waterfront di Levante, iniziati nell'ottobre 2020, saranno completati nel 2023 e assicureranno 200 posti

barca in più e un Palasport completamente rinnovato. “Buona parte dell'area fieristica è ancora un cantiere aperto, è un segnale positivo perché indica che la città è viva”, osserva Amico.

Al netto dei lavori, l'imprenditore è sicuro che il Salone sarà un “successo”. “Non solo, per la Darsena rinnovata che indica un cambio di passo per la città, ma anche per il grande appeal che sta suscitando il mondo della nautica a qualsiasi latitudine – segnala Amico. Complice il Covid, le barche che, sino a ieri avevano una penetrazione del 2%, iniziano a radicarsi in altri strati sociali”. Non a caso, le stime degli addetti ai lavori parlano di un'onda lunga che proseguirà per tanto tempo: “Nell'ultimo anno e mezzo – spiega il presidente - il mercato ha registrato forti vendite di gommoni e l'esaurimento degli stock di motori fuoribordo in tutto il mondo; le barche di medie-alte dimensioni, dai 15 sino ai 30 metri, in cui l'Italia è molto forte, hanno fatto un pieno di ordini; quelle oltre i 40 metri sono sold out e i grandi cantieri hanno →



Alberto Amico

“Genova può diventare un hub di riferimento mondiale per gli yacht di grandi dimensioni”



slot di costruzione a partire dal 2024 o 2026 in poi; anche il comparto dell'usato è esploso, infatti è difficile da trovare una buona barca di seconda mano in questo momento”.

In un mercato in grande fibrillazione, la nuova Waterfront Marina di Genova vuole ritagliarsi un posto al sole. “Abbiamo tutti i mezzi per riuscirci perché operiamo in questo settore da 30 anni e conosciamo bene le esigenze degli armatori. In questo momento, stiamo calibrando i servizi della nuova marina, che sono complementari alle nostre attività di cantiere, per colmare tutto quello che ci viene richiesto e che, sino ad oggi, non potevano dare per ragioni di spazio e di vocazione. La marina dovrà essere un posto sempre più bello, pulito e al top da tutti i punti di vista, dal momento che rappresenta il biglietto d'ingresso per gli utenti di mega yachts che arrivano in città”.

Con la piena operatività della Waterfront Marina, è partito anche il progetto di promozione internazionale, “Genoa Superyacht Hub”, promosso da Amico&Co insieme a Pesto Sea Group per sostenere e far conoscere a livello internazionale la nuova struttura. “Amico e Pesto sono i due gruppi che portano avanti il brand Genova sul mercato internazionale ma a valle ci sono una cinquantina di aziende, con circa 500

addetti diretti, rappresentate sotto l'egida di Genova For Yachting, che lavorano per offrire i servizi che promuoviamo”, puntualizza Amico.

I feedback avuti sino ad oggi dal mercato?

“Sono stati positivi anche se i soggetti a cui ci rivolgiamo, che sono molto esigenti, hanno un approccio cauto prima di scegliere dove posizionare i loro mega yacht, sia per le riparazioni che per la marina, in quanto hanno una serie di esigenze molto varie e diverse. Esigenze che toccano la sfera della privacy e che spaziano dalla pulizia alla qualità nei servizi di internet, ambientali o tecnici sino alla logistica per gli equipaggi”, risponde il presidente. Che aggiunge: “I grandi yacht hanno strutture di gestione molto organizzate, costituite da professionisti che purtroppo non operano ancora in Italia. Sono sparsi in giro per mondo. Il nostro compito è di intercettare queste società, che sono delegate a raccogliere elementi utili ad aiutare l'armatore e l'equipaggio a prendere decisioni finali”.

I concorrenti di Genova?

“Marsiglia, in Francia, ha le idee molto chiare sulle

potenzialità di questo business. In Spagna, Barcellona rappresenta da tempo un leader mondiale nel settore, perché è un forte punto di attrazione per gli equipaggi dei mega yacht grazie alle potenzialità che può offrire la città. Sempre in Spagna, Palma di Maiorca ha fatto di questo business il suo primo motore di sviluppo, offrendo una serie di benefits in estate ma soprattutto servizi tecnici e logistici d'inverno. Poi, ci sono altri player che stanno nascendo via via nel Mediterraneo e che puntano a realizzare iniziative simili alla nostra in Grecia, Croazia e Malta”, risponde Amico.

Pochi mesi prima della presentazione della Waterfont Marina, Amico&Co ha portato a termine anche la realizzazione dello Shiplift realizzato in un tempo record di 16 mesi, con un investimento di oltre 27 milioni di euro. L'infrastruttura ha una portata di 4 mila tonnellate e consente l'alaggio, il varo e la movimentazione a terra di imbarcazioni fino ai 95 metri di lunghezza. E' poi costituita da una piattaforma

sommergibile che permette di sollevare dall'acqua il maxi yacht e spostarlo a terra nel cantiere con un sistema di carrelli su rotaie, verso una delle cinque nuove postazioni di lavoro ricavate dalla ristrutturazione dell'area, attraverso un sistema elettrificato ad emissioni zero.

Il nuovo Shiplift permette al cantiere genovese di lavorare fino a sei unità di grandi dimensioni in contemporanea. “È il più grosso e potente in Italia e uno dei pochi del Mediterraneo”, sottolinea Amico. “La sua realizzazione nasce dalla volontà di continuare a competere da leader sul mercato mediterraneo della nautica dei grandi yacht. Siamo convinti che rappresenti una grande opportunità, un'occasione per rendere Genova hub di riferimento mondiale per gli yacht di grandi dimensioni”, conclude il presidente. ■

Grandi yacht, a Genova un impatto da 369 milioni

Il contributo della nautica professionale, misurato da The European House - Ambrosetti

L'impatto economico complessivo di tutta la filiera nautica è di 369 milioni di euro, oltre 2000 addetti quello occupazionale, con un contributo al Pil di 133 milioni di euro. Sono questi i macro dati che emergono dallo studio “L'impatto socio-economico della nautica professionale di Genova”, condotto da The European House – Ambrosetti e presentato un anno fa nell'ambito del workshop “Grandi Yacht: una risorsa strategica per Genova Capitale internazionale del mare”, promosso e organizzato da Genova for Yachting, l'associazione che raccoglie 50 operatori della nautica professionale a Genova. →

- Considerando gli impatti diretti, indiretti e indotti, il Porto di Genova attiva in Liguria complessivamente circa **10,9 miliardi di Euro** pari a **532 €/m²**
- La nautica professionale di Genova occupa nel Porto circa **600mila m²**, pari a meno del **3%** dello spazio totale a disposizione
- Generando impatti economici totali per oltre **369 milioni di Euro**, la nautica professionale raggiunge un valore pari a **615 €/m²**, superiore del **16%** rispetto alla media del Porto



Lo studio, che si ripeterà per 3 anni, ha l'obiettivo di misurare e comprendere la portata degli impatti e delle ricadute economiche e sociali del comparto per individuare le relative opportunità di sviluppo per la città. Per avere un quadro realistico del contesto, The European House – Ambrosetti ha analizzato bilanci, forniture e attività delle 50 realtà che compongono l'associazione di Genova for Yachting. Lo Studio ha potuto così analizzare le tipologie di spesa lungo tutta la filiera e quindi, per la prima volta, quantificarne l'impatto totale, creando un indice – Total EquivalentEconomicImpact (TEEI) – innovativo, oggettivo, ponderato ed equivalente a un giorno di permanenza a Genova.

Il TEEI – Total EquivalentEconomic Impact - è un indicatore sintetico che attribuisce per le diverse categorie dimensionali un valore di "impatto economico totale equivalente per presenza". Tiene conto per ogni classe di lunghezza dell'impatto diretto sulle marine, sui servizi e sui cantieri; indiretto sulle filiere economiche a valle e a monte; indotto, come effetto dei consumi realizzati grazie alle retribuzioni pagate agli occupati del comparto e delle filiere attivate; e infine catalizzato, cioè l'effetto delle spese dirette sul territorio da parte degli equipaggi e degli armatori.

The European House - Ambrosetti ha quindi calcolato in 8.805 euro il valore dell'impatto economico totale (TEEI) che uno yacht tra i 36 e i 50 metri di lunghezza

crea in media in un giorno di permanenza a Genova. Questo valore sale in maniera esponenziale al crescere della lunghezza delle imbarcazioni fino a superare i 45 mila euro se lo yacht è più lungo di 75 metri.

Partendo dai dati reali delle società del cluster della nautica professionale genovese – che nel 2019 (anno pre-Covid) hanno gestito oltre 1.800 toccate di yacht e accolto imbarcazioni nelle proprie strutture (cantieri, marine, agenzie) per un totale di 46.350 giorni di permanenza complessivi - è stato quindi possibile quantificare l'impatto economico totale della nautica professionale di Genova per il 2019 in 369 milioni di euro. Inoltre, è stato possibile derivare il livello di occupazione equivalente generato, che è stato di oltre 2.000 unità.

Ne emerge anche la fotografia di un comparto che concorre per 133 milioni di euro alla formazione del Pil della Liguria, lungo una filiera articolata e diversificata: dal settore nautico (39,8%), alla manifattura (15,4%), alle forniture elettriche (7%), ai servizi immobiliari (8,7%), alle attività professionali (4,3%), al commercio (3,6%), al trasporto e magazzino (3,3%), alle attività amministrative (3%), fino agli alloggi e ristorazione (2,8%), e ai servizi assicurativi e finanziari (2%). ■

“Barche a vela e a motore, il design di Pininfarina è contaminazione creativa”

“I progetti Kairos e Maxi Elan testimoniano la nostra volontà di migliorarci sempre”

Il Kairos a Monaco, a fine settembre. Il Maxi Elan e Dusseldorf, a gennaio. Sono gli appuntamenti chiave, segnati sul calendario, in cui saranno presentati ufficialmente i due yacht - il primo a motore e il secondo a vela – disegnati da Pininfarina.

“Abbiamo sempre cercato di migliorarci, collaborando con aziende che rappresentano un’eccellenza nei rispettivi segmenti di mercato: i progetti Kairos e Maxi Elan rappresentano solo l’ennesima conferma”, premette Daniele Mazzon, Chief Transportation Designer di Pininfarina, azienda che ha iniziato a lavorare nel mondo delle barche già dagli anni Ottanta, esportando il suo know-how maturato nel settore automotive verso quello dello yachting.

Per l’industria nautica, Pininfarina ha progettato interni ed esterni delle più esclusive barche a motore e a vela, sviluppando importanti collaborazioni con clienti come Beneteau, Buddy Davis, Oceanco, Fincantieri, Rossinavi, Wally, Princess e Persico Marine. “Ma solo da 7-8 anni la società ha creato una divisione ad hoc per la nautica, che vive e opera in sinergia con quelle dedicate all’industrial design e all’automotive. Tutte le business unit sono concentrate nell’headquarter di Torino, dove i designers delle rispettive divisioni lavorano all’interno di un’area open space. Questo permette di avere un contatto diretto e una contaminazione creativa”, puntualizza Mazzon. Gli ultimi progetti, in ordine di tempo, sono proprio



Daniele Mazzon

“Kairos cambia le regole tradizionali della visione di un megayacht”

Kairos e Maxi Elan. “Nel primo caso, abbiamo stretto una collaborazione con il cantiere navale olandese Oceanco”, spiega il Chief Transportation Designer di Pininfarina. “Parliamo di un super yacht da 90 metri, che presenteremo al prossimo Salone di Monaco. Un concentrato di tecnologia, lusso e attenzione all’ambiente con un propulsore ibrido a batterie per viaggiare, almeno parzialmente, in silenzio”, aggiunge. La sua peculiarità? “Kairos è concepito in modo completamente innovativo perché cambia le regole tradizionali della visione di un megayacht. La sua caratteristica fondamentale è quella di trasformarsi in una sorta di isola nel momento in cui arresta la sua corsa, consentendo all’armatore di vivere una magica atmosfera in pieno relax”.

Il prossimo gioiello in rampa di lancio è il Maxi Elan, nato dalla collaborazione tra Pininfarina, il cantiere →

sloveno Elan Yachts, Humphreys Yacht Design e Gurit. “Il Maxi Elan è il capostipite della sua gamma, ed è stato progettato partendo completamente da zero”, segnala Mazzon sottolineando che le sue caratteristiche sono “sportività” e “prestazioni”. “Sia il design esterno che quello interno sono stati sviluppati da Pininfarina, compiendo un passo visionario verso il futuro della vela. Il progetto nasce rispettando e reinterpretando gli elementi classici che rendono iconici e riconoscibili gli yacht di Elan”, prosegue Mazzon. “Abbiamo voluto dare a questo progetto una forte connotazione sportiva, riuscendo, attraverso poche linee fluide, a dargli un carattere solido e unico. Il risultato è una barca a vela dalle forme pure e dallo stile moderno, proiettato verso il futuro, che è la direzione verso la quale gli amanti della performance devono sempre guardare”, puntualizza Mazzon.

Prima però c'è stata l'imbarcazione Princess X95, premiata con il Robb Report Best of the Best 2021. “E' una barca super fly perché ha spazi veramente enormi, sia all'interno che all'esterno. L'idea di questo superyacht parte da lontano, cioè da quando 5 anni fa abbiamo avviato una collaborazione con la società inglese per realizzare il rivoluzionario R35, il primo performance sports yacht Classe R di Princess”, conclude Mazzon. ■



Gianneschi, un modello italiano che si è affermato nel mondo

“Lavoriamo con tutti i maggiori produttori e cantieri globali, abbiamo magnifiche relazioni industriali con tutti i più importanti attori del settore”

Cinquantadue anni di storia, un network globale di rivenditori e una tradizione familiare che punta l'innovazione tecnologica. In questi tre punti si può riassumere l'attività di Gianneschi Pumps and Blowers, azienda italiana che dalla provincia di Lucca ha saputo crescere ed espandersi in tutto il mondo. Leader del settore per la fornitura di pompe e ventilatori per imbarcazioni di lusso, barche da lavoro e unità militari, oggi la società toscana è presente in tutti e cinque i continenti. Dall'Australia alla Germania, da Hong Kong agli Stati Uniti, dalla Cina alla Turchia. Conosciamo meglio questa realtà insieme ad Alessandro Gianneschi, Amministratore Delegato dell'azienda, insieme al fratello Cristiano.

Arriva a Genova la 61esima edizione del Salone Nautico, con tante novità e grandi innovazioni. Quali sono le vostre sensazioni per la kermesse?

“Il mondo della componentistica e degli accessori è sempre stata importante per i saloni nautici, per quanto certamente le meravigliose barche in acqua rubino l'occhio. Partecipare anche a questa edizione rappresenta per noi un traguardo importante dove poter presentare le ultime novità dell'azienda insieme con il prodotto di punta “Gigetta”, la pompa autoadescante a doppia girante che permette di unire le prerogative della girante centrifuga alla girante elicoidale ottimale nella fase di adescamento. Siamo molto felici di tornare a Genova anche perché siamo sempre stati presenti alla manifestazione, un momento

in cui possiamo dedicare attenzione diretta alle aziende e ai partner”.

Il settore della nautica registra un trend di forte ascesa, e il futuro appare roseo, nonostante le incertezze. Anche Gianneschi Pumps and Blowers riporta questa crescita?

“Nel corso di questi ultimi anni abbiamo investito nella crescita anche interna, puntando sulla produzione propria di soluzioni ottimali per la customizzazione delle imbarcazioni. Registriamo anche noi una crescita costante nel settore, e vediamo come alcune aree del pianeta stiano accrescendo la capacità di spesa e di interesse rispetto alla nautica da diporto, ma non solo. I nostri prodotti, infatti, rappresentano valide soluzioni anche per le imbarcazioni da lavoro e per le unità militari, per cui siamo in grado di soddisfare un'ampia gamma di richieste. Tutti i prodotti realizzati sono testati singolarmente e ad ogni prodotto è associato uno specifico numero di matricola, che →



Alessandro Gianneschi

“Alcune aree del pianeta stiano accrescendo la capacità di spesa e di interesse rispetto alla nautica”

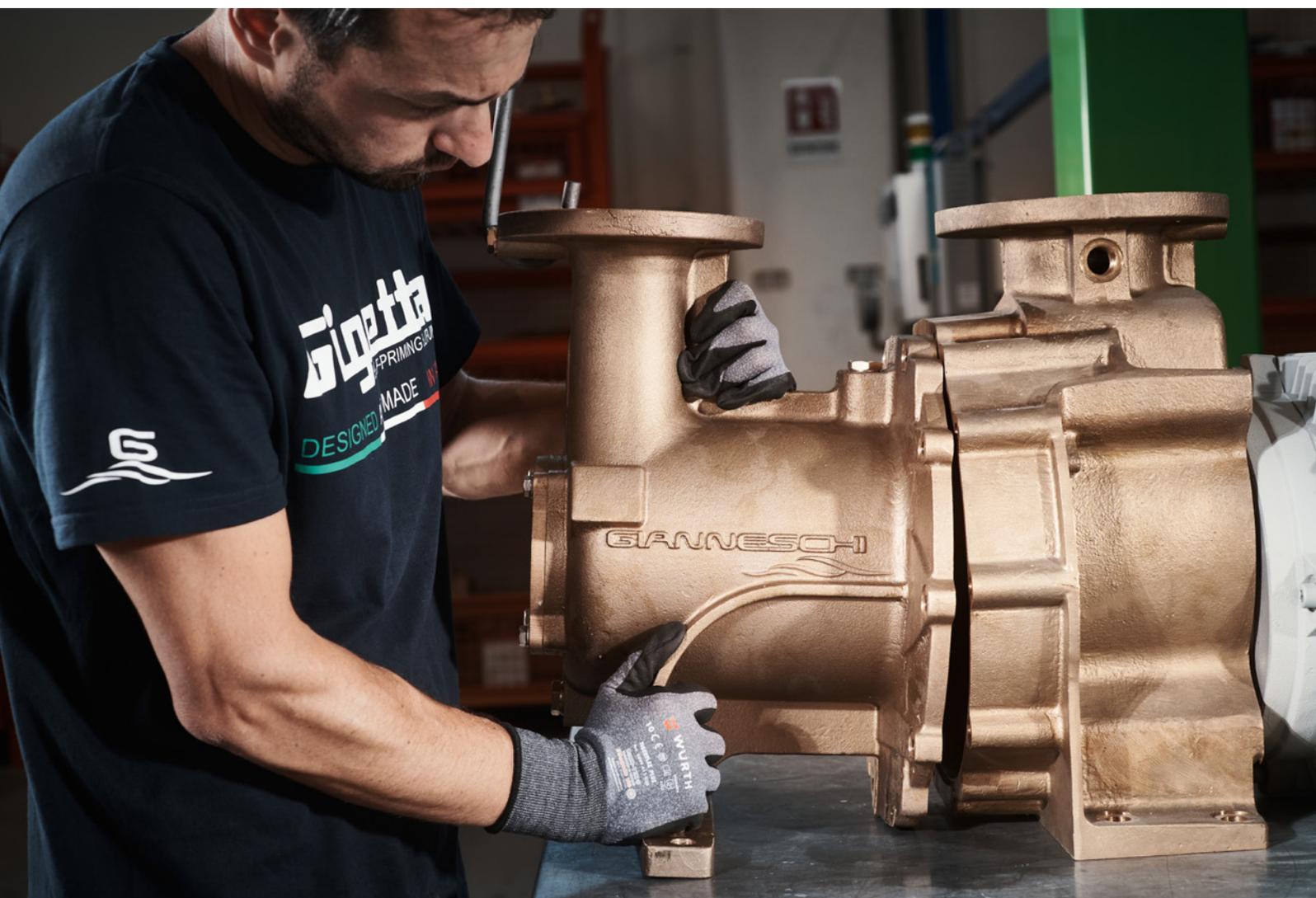
permette in ogni momento di ricondurre ad esso tutti i componenti utilizzati in fase di produzione nonché gli eventuali ricambi. In Italia e nel mondo lavoriamo da lungo tempo con tutti i maggiori produttori e cantieri globali, abbiamo magnifiche relazioni industriali con tutti i più importanti attori del settore. Questo dato ci consente di lavorare anche su altri ambiti, fra cui, ad esempio, la realizzazione di serbatoi inox per gli impianti di distribuzione dell'acqua calda o fredda a terra, in resort o grandi alberghi. Nonostante il periodo appena passato sia stato certamente poco felice, siamo ottimisti e registriamo ottimi numeri di crescita anche per quanto riguarda nuovi scenari”.

Gianneschi Pumps and Blowers fornisce da oltre cinquant'anni singoli prodotti e soluzioni innovative per tutto il comparto marittimo. Quali saranno le novità tecnologiche nel vostro settore, e come possono incidere per il futuro?

“Recentemente abbiamo introdotto nuove linee di produzione, proprio grazie ai validi numeri che registriamo sui mercati di riferimento classici.

Abbiamo quindi deciso di investire sulla creazione di prodotti su misura in acciaio inox, con la possibilità di disegnare, tagliare, certificare, saldare e installare determinate soluzioni idrauliche e di ventilazione che possano contribuire sempre più al particolare design di una imbarcazione. Anche nel settore delle barche da lavoro, ad esempio, siamo in grado di fornire alti livelli di qualità produttiva per segmenti come i pattugliatori d'altura e i rimorchiatori, unità marine che fanno della particolarità un fattore determinante. Più che di innovazione tecnologica, per quanto riguarda il nostro mondo, possiamo parlare di novità nell'utilizzo dei materiali. Il mondo marittimo si sta allargando e sorgono ovunque necessità che prima erano più di nicchia. Nuove soluzioni sono dunque da studiare, e noi siamo pronti a dare pieno supporto in tutti e cinque i continenti”.

Gli yacht sono i protagonisti assoluti della costruzione su misura. Quanto è importante per Gianneschi il settore degli yacht e dei mega-yacht?





“Questo segmento del mercato rappresenta la punta di diamante della produzione navale in generale, soprattutto in relazione all’estrema customizzazione del singolo prodotto. Ciò significa che occorre essere vicini al cliente o al cantiere in ogni momento della creazione e del disegno tecnico, così da fornire il massimo dell’assistenza possibile. Bisogna sapere quali saranno le reali necessità di chi vivrà la barca, in modo tale da dare supporto e idee originali per arrivare a una soluzione ottimale. Il nostro catalogo di prodotti racchiude tutte le opzioni tecniche per ogni ambiente a bordo: dall’antincendio alle acque grigie, dalle autoclavi alle cucine, alla sala macchine, alla sentina. Aria e acqua sono i nostri elementi da sempre, e guardiamo al futuro con grande slancio”.

Quanto è stato difficile restare in contatto con i clienti durante l’ultimo anno e mezzo?

“Un anno e più di situazione pandemica ha certamente lasciato il segno, ma abbiamo saputo reagire fin dal principio con tanto spirito di iniziativa. Abbiamo aperto nuovi showroom in Nuova Zelanda e negli

Stati Uniti, con l’aiuto del nostro partner locale, abbiamo creato reti di assistenza locale. Abbiamo dato vita a una media room, dove poter presentare ai clienti i nuovi prodotti con tutte le specifiche e con il massimo di accuratezza, come se fossimo in presenza. Per ovviare poi ai ritardi legati ai problemi della catena logistica globale, abbiamo deciso di allargare il magazzino globale, così da ridurre al minimo il tempo tecnico di consegna del prodotto, inserendo inoltre un nuovo software gestionale. Tutte azioni che ci hanno consentito di far sentire la nostra presenza anche durante i periodi più difficili, e che ci danno la possibilità di ulteriori attività future di crescita”. ■

Yacht e cruise, il made in Italy prezioso di Reccotiles

Fra i successi dell'azienda ligure, la realizzazione di una piscina ed una Promenade in esterno per MSC Crociere

Una storia lunga trent'anni che si è sviluppata nel settore dei materiali per pavimenti, rivestimenti e outdoor con un legame sempre più stretto e consolidato nel settore della nautica ma anche in quello delle crociere. La Reccotiles, infatti, ha saputo diventare un punto di riferimento per molti studi professionali con la fornitura di materiali per progetti di yacht design.

L'azienda di Angelo Figari, fondatore e titolare, è impegnata infatti in questi comparti con un importante portafoglio di clienti: "La serialità non si addice al progetto di yacht design, così come accade da tempo nel mondo del design "a terra" dove Reccotiles è chiamato ad operare. Per questo il nostro valore aggiunto è proprio quello di proporre i materiali più all'avanguardia che offre il Made in Italy, grazie alla costante ricerca non solo delle ultime novità proposte dalle aziende più rinomate, ma anche grazie a ricerca e collaborazione con giovani realtà creative: grazie alle loro caratteristiche di maggior flessibilità, permettono

la realizzazione di progetti altamente "sartoriali" con elevato grado di personalizzazione", spiega Figari.

Tanti gli esempi che hanno visto Reccotiles protagonista anche in mare attraverso realizzazioni straordinarie. In particolare, l'utilizzo di carte da parati in fibra di vetro con cui rivestire l'hangar di un mega yacht da 170 metri ma anche la realizzazione della Children Room sulla nave Silver Muse. Sono alcuni esempi di una lunga collezione di successi che hanno permesso alla realtà di Recco, nel levante della Liguria, di portare qualità e innovazione con molteplici applicazioni.

Non solo nautica ma anche nel cruise: in particolare l'utilizzo di un mosaico luminescente, realizzato con materiali inerti in grado di catturare la luce del sole e restituirla durante la notte, per la realizzazione di una piscina ed una Promenade in esterno per MSC Crociere. "La sinergia tra i designer e Reccotiles ha dato vita a progetti molto creativi e scenografici grazie alla costante ricerca che Reccotiles fa da sempre puntando su materiali innovativi in grado di soddisfare le più svariate esigenze di personalizzazione. C'è una contaminazione tra design di interni e nautica, dove, sempre più sono chiamati a lavorare designer e architetti che provengono da ambienti diversi dello yacht design, in grado di apportare maggiore specificità ad ogni progetto, che va oltre la richiesta di un'immagine contemporanea", spiega ancora il fondatore e titolare Angelo Figari. Un concetto che si sviluppa in diversi ambienti: bagni che oggi sono delle vere e proprie wellness room, cucine, ma anche



Angelo Figari

“Creiamo vere opere d’arte che danno risalto al design contemporaneo e unicità ed eleganza a qualsiasi ambiente”

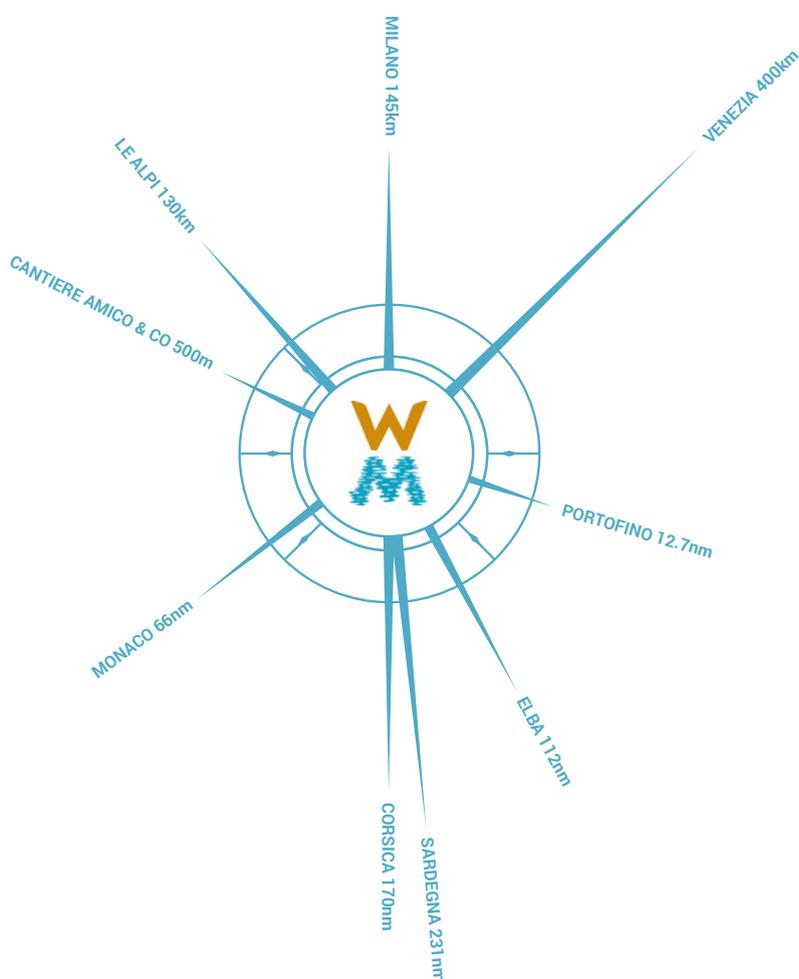


una zona pranzo dove sono utilizzate grandi lastre in vetro laminato trattato con tessuti o film polimerici per effetti metallizzati anche opalescenti. Ma anche stampe personalizzate in alta definizione su diversi supporti, non solo carte da parati, ma su grandi lastre in grès porcellanato laminato, o alluminio, con diverse finiture matt, super glossy, lavorate manualmente con l'uso di colori acrilici e l'applicazione di materiali

preziosi. “Sono vere opere d’arte che danno risalto al design contemporaneo e unicità ed eleganza a qualsiasi ambiente”, aggiunge Figari. ■



Nel cuore di Genova nasce un nuovo approdo per superyacht gestito da Amico & Co. Un altro passo verso l'obiettivo di rendere Genova e il suo porto protagonisti assoluti nel mercato internazionale della grande nautica da diporto.



LARGE YACHT HOSPITALITY BY



genovawaterfrontmarina.com | #nextgenoa

Pearl Yachts, l'eccellenza su misura

“Dai nostri cantieri solo prodotti esclusivi”

Vendite trainate dal Pearl 62, con oltre 11 imbarcazioni acquistate in poco più di un anno. Ma la grande novità della stagione sarà il Pearl 72, che va a coprire la fascia dai 60 agli 80 piedi

L'intuizione vincente è quella di costruire delle barche Aft Cabin da 40 piedi, siamo nel 1998: le idee del 'captain' Iain Smallridge (oggi Managing Director dell'azienda) e dell'esperto di marketing John Yarnold si uniscono e danno vita a Pearl Yachts.

La storia di questo marchio inglese inizia qui, reinventando ed aggiornando yacht tra i 40 e i 50 piedi con la cabina armatoriale a poppa. Ed è un crescendo, con la svolta circa dieci anni dopo quando Margaret e Tony Whittaker diventano investitori di maggioranza. E l'azienda accelera nuovamente grazie all'architetto navale Bill Dixon e alla designer Kelly Hoppen, nomi di primissimo piano. Nasce così Pearl 60, una nuova generazione di barche.

Arriviamo al 2018, la società si allarga ancora di più: si punta forte sul marketing, nuova immagine di marca e nuovo logo, la partecipazione ai saloni è sempre più costante e si guarda con interesse al mercato americano: “Questa è stata la seconda fase di espansione di Pearl Yachts”, spiega Corrado Del Fanti, Marketing Director. Un'altra novità importante arriva nel 2019 quando l'azienda decide di offrire cinque anni di garanzia ai propri clienti: “E siamo ancora l'unico marchio che lo offre ancora adesso”, aggiunge Del Fanti che spiega la filosofia di questa realtà inglese: “Non ci interessa produrre centinaia di imbarcazioni, siamo fieri di essere una boutique capace di mantenere un contatto diretto con la nostra clientela e questo ci permette di essere pronti ad assecondare ogni richiesta

nella personalizzazione del proprio yacht e di offrire un servizio after-sale di primissimo livello”.

Oggi Pearl Yachts è specializzata in imbarcazioni di lusso di tipo “flybridge”, cioè barche a motore col doppio ponte che offrono una ‘terrazza’ sul mare, più del 60% del mercato.

E' iniziata la nuova stagione, il bilancio del 2020-21 è estremamente positivo con 15 unità vendute che significano un incremento di oltre il 50%, mentre “per il 2021-2022 ci prefiggiamo di raggiungere le 20 unità: un dato importante, considerato che non vogliamo superare le 30 imbarcazioni vendute proprio per mantenere il modello di business di Boutique Yacht Builder”.

“Un boom soprattutto per il Pearl 62, che ha avuto grande successo con oltre 11 imbarcazioni vendute in poco più di un anno, peraltro di pandemia”, sottolinea Del Fanti. Una gamma di prodotti che comprende



Corrado Del Fanti

“Non vogliamo superare le 30 imbarcazioni vendute per mantenere il modello di business di Boutique Yacht Builder”



anche il Pearl 80 e il Pearl 95 (che raggiunge i 35 metri). La grande novità di questa annata sarà il Pearl 72, che va a coprire la fascia dai 60 agli 80 piedi, un segmento che sul mercato ha una grandissima penetrazione: è stato presentato nei giorni scorsi al Salone di Cannes. Una new entry che presenta elementi distintivi precisi e unici con quattro cabine doppie e altrettanti servizi oltre allo spazio per l'equipaggio. Ma non solo: "Ci sono due Master Cabin a disposizione dell'armatore, una a prua e l'altra al centro della barca: siamo gli unici a proporre questa soluzione per un 70 piedi. Un'altra caratteristica è la possibilità di poter ospitare un tender e una moto d'acqua, anche in questo caso non ci sono altri esempi per yacht di queste dimensioni. E naturalmente ci sono

i 5 anni di garanzia: crediamo che il Pearl 72 avrà un futuro importante sul mercato".

Il futuro della nautica italiana volta pagina dopo un anno e mezzo di pandemia che comunque non ha frenato le vendite: "Stiamo parlando nella maggior parte dei casi di clienti che avevano già una barca ma hanno accelerato nella decisione di cambiarla per acquistarne un'altra", rivela il Marketing Director di Pearl Yachts. Le prospettive sono ancora positive per l'industria nautica anche se "la vera sfida adesso è un'altra, ci sono difficoltà nell'approvvigionamento delle materie prime come vetroresina o plexiglass a causa delle crisi delle consegne. Il mercato è robusto e sta tenendo bene ma, come detto, la vera sfida ora è la supply chain". →



Infine uno sguardo alle macro tendenze che si affacciano sul mercato: “Penso agli Explorer, si tratta di barche dai 25-30 metri sino a oltre 100 in alcuni casi per rispondere al desiderio degli armatori di sentirsi (un po’) esploratori. Poi c’è un sensibile aumento della richiesta sull’ibrido, mentre è ancora presto per la nascita di yacht elettrici sopra i 15-20 metri che hanno bisogno di una grandissima potenza. E poi ci sono i Crossover, che mettono insieme diversi segmenti

di mercato - flybridge, navetta, trawler, explorer - cercando di riprendere il concetto di contaminazione dei Suv del settore automotive”. ■

CERAMICHE • MARMI • PARQUET

RECCOTILES
NATURAL DESIGN

Recco (GE)

Via Olivari, 11/1
Tel. +39 0185723667

Santa Margherita Ligure (GE)

Salita al Castello, 4
Tel. +39 0185723667

Trescore Balneario (BG)

Via Calvarola, 5
Tel. +39 0359491205

www.reccotiles.it



Nautica “resiliente” al Covid: Italia leader nei super yacht e seconda al mondo nell’export

L’analisi della Fondazione Edison, alla vigilia del Salone Nautico di Genova. Il presidente Fortis: “Barche made in Italy capaci di coniugare design e tecnologia avanzata nella progettazione di motori e di materiali per realizzare scafi”

L’Italia si conferma anche per il 2021 numero uno al mondo nel settore dei superyacht, la punta di diamante dell’industria nautica tricolore. Il Global Order Book (GOB), elaborato dal rapporto “G20 and Italian Economy” della Fondazione Edison e Cattolica, posiziona il comparto al vertice per gli ordini delle unità superiori a 24 metri, con 407 yacht contro 76 della Turchia, 61 del Regno Unito, 29 degli Usa, 21 della Cina e 18 della Germania. Per il nostro Paese, si tratta del maggiore numero di ordini registrato nel GOB dal 2009 in poi.

Ranking mondiale

La quota italiana rappresenta poco meno della metà degli ordini mondiali, raggiungendo il 49,6% del totale, con un incremento di 9 unità rispetto al 2020, equivalente ad una crescita dello 0,3%. Ai primi due posti della classifica del GOB figurano i cantieri italiani Azimut-Benetti e Sanlorenzo, che raccolgono da soli rispettivamente 101 e 87 progetti nel 2021. Il successo della cantieristica Made in Italy trova pieno riscontro anche nel fatto che tra i primi 17 posti della classifica sono ben 5 le posizioni occupate da marchi tricolori. Completano infatti la graduatoria all’8° posto Overmarine, al 9° The Italian Sea Group (al 4° tra i costruttori di navi di oltre 50 metri), al 13° Palumbo, al 14° Baglietto e 16° Cantieri delle Marche.

Esportazioni

L’importanza del settore emerge anche dai dati di

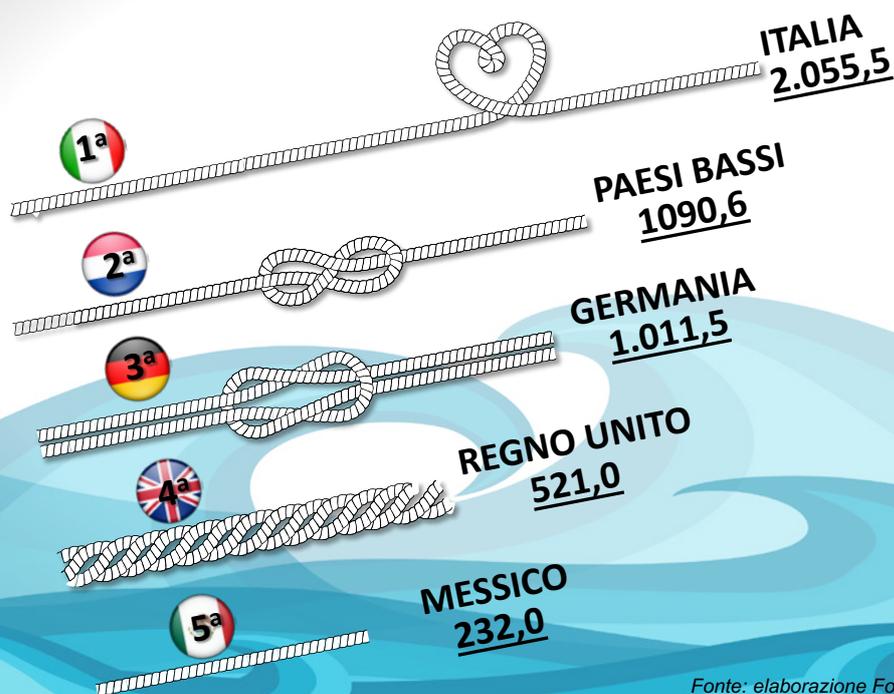
commercio estero e di analisi strutturale di fonte Istat, ITC-UN Comtrade e Eurostat, effettuata da Fondazione Edison in collaborazione con Confindustria Nautica e contenuti nel rapporto annuale “la Nautica in Cifre”, la cui edizione 2021 verrà presentata in occasione del 61° Salone Nautico di Genova che si terrà dal 16 al 21 settembre 2021. Nel 2020, la quota detenuta dall’Italia nell’export mondiale della cantieristica nautica risultava pari al 14,6%, per un valore prossimo ai 2,4 miliardi di dollari, confermando così la posizione detenuta nel 2019. L’Italia si colloca al secondo posto nella graduatoria mondiale dei Paesi esportatori, alle spalle dei soli Paesi Bassi (3,2 miliardi di dollari e una quota di export pari al 19,7%). Seguono gli Stati Uniti (con 1,4 miliardi; 8,7% del mercato mondiale), la Germania (1,3 miliardi; 8,1%), la Francia (1,2 miliardi; 7,1%), il Regno Unito (790,6 milioni; 4,8% del mercato).

Barche e yacht da diporto

In particolare, il comparto delle barche e yacht da diporto con motore entro bordo è, in Italia, il più rilevante in termini di valori esportati: con 2,2 miliardi di dollari genera infatti il 93,5% delle esportazioni complessive della cantieristica nautica italiana e il 19,9% dell’export mondiale del settore. Nella graduatoria globale l’Italia si posiziona seconda, nuovamente alle spalle dei Paesi Bassi (2,7 miliardi di export; 23,7% del mercato internazionale). →

CLASSIFICA DEI PRIMI 5 PAESI AL MONDO PER SALDO COMMERCIALE NEL SETTORE DELLE "BARCHE E YACHT DA DIPORTO CON MOTORE ENTROBORDO": ANNO 2020

Valori in milioni di dollari; classificazione HS 2017



Fonte: elaborazione Fondazione Edison su dati ITC e UN-Comtrade

Al terzo posto troviamo la Germania (con 1,2 miliardi di dollari e una quota di export mondiale del 10,5%) e al quarto posto gli Stati Uniti (con 679,4 milioni di dollari; 6%), mentre al quinto posto si colloca il Regno Unito (con 648,8 milioni; 5,8%) il cui export subisce un calo del -62% rispetto al 2019 con conseguente perdita di due posizioni in classifica. Sempre nel 2020 i principali mercati esteri di riferimento nel settore specifico delle barche e yacht da diporto sono risultati gli Stati Uniti (16,5% dell'export italiano); il 15,4%), le Isole Cayman (14,5%), Malta (12,1%), Francia (8,9%), Isole Vergini britanniche (7,4%).

Nel complesso questi 5 Paesi assorbono il 60,3% dell'export italiano del comparto.

Bilancia commerciale

Il ruolo di primo piano dell'Italia nel settore della cantieristica nautica emerge anche considerando la bilancia commerciale del comparto. Nel 2020 l'Italia si conferma sul podio più alto. Infatti, registra di nuovo il miglior avanzo commerciale al mondo sia nel settore della cantieristica nautica nel suo complesso sia nell'importante comparto delle barche e yacht da diporto con motore entro bordo, vero e proprio riferimento per l'industria nautica e il Made in Italy. Il surplus con l'estero generato nel 2020 dall'intero comparto è stato pari a 2,1 miliardi di dollari. Seguono i Paesi Bassi (1,1 miliardi; -18,8% rispetto al 2019) e la Germania (979,1 milioni; in crescita del 31,5% rispetto all'anno precedente).

Questi 3 soli Paesi generano insieme un avanzo pari a oltre 4 miliardi di dollari. Dei 2.095,3 milioni di dollari di surplus commerciale dell'Italia, ben 2.055,5 milioni sono generati dal comparto delle barche e yacht da diporto con motore entro bordo. In tale segmento



“La quota italiana rappresenta poco meno della metà degli ordini mondiali, con il 49,6% del totale”

Marco Fortis

l'Italia è prima davanti ai Paesi Bassi (1.090,6 milioni) e alla Germania (1.011,5 milioni), con circa un miliardo di scarto, nonché al Regno Unito (521 milioni) e al Messico (232 milioni).

Analisi strutturale

Anche l'analisi di tipo strutturale basata su dati Istat e Eurostat relativi al 2018 (ultimi disponibili) contenuta nel rapporto "Nautica in Cifre" pone in evidenza il grande rilievo che l'industria italiana della nautica da diporto ha nell'ambito dei Paesi europei; essa rappresenta infatti oltre 1/5 dell'intera industria della cantieristica da diporto dell'Ue-28 in termini di valore aggiunto (20,2%) e valore della produzione (23,6%), e quasi 1/6 in termini di numerosità delle imprese (15,9%) e di occupati (15,4%). Ma ancora più rilevante è il suo peso nell'export europeo, contribuendo nel 2019 per oltre 1/4 alle esportazioni dell'Ue-27 (25,8%) di "imbarcazioni da diporto e sportive", con una quota del 30,6% sull'export intra Ue-27 e una quota del 24,2% sull'export extra Ue-27.

Indicatori economici

L'analisi ha inoltre evidenziato come l'industria italiana della cantieristica da diporto si collochi sempre in Europa in posizioni di leadership, figurando tra i primi tre Paesi in ciascuno degli indicatori economici

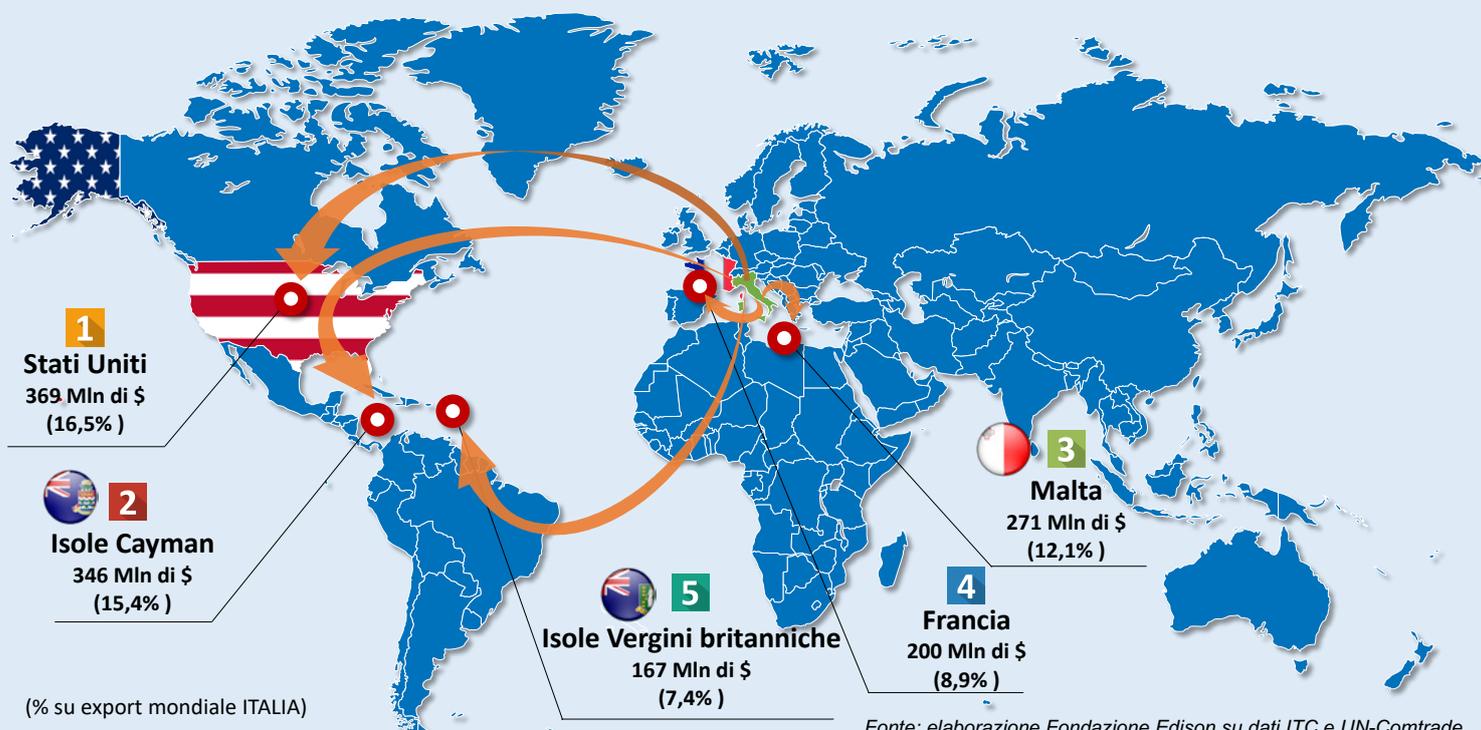
considerati. In particolare, si è visto come l'Italia risulti:

- prima per valore aggiunto, con 530 milioni di euro su 2,6 miliardi dell'Ue-28, nel 2018;
- prima per valore della produzione, con 2,6 miliardi di euro su 10,9 miliardi dell'Ue-28, nel 2018;
- prima per saldo commerciale, con ben 2 miliardi di euro su un surplus di 3,4 miliardi dell'Ue-27, nel 2019;
- seconda per numerosità delle imprese, alle spalle dei Paesi Bassi, con 728 imprese su un totale di 4.565 dell'Ue-28, nel 2018;
- seconda per valore dell'export, con 2,3 miliardi di euro su 8,9 miliardi dell'Ue-27, nel 2019;
- terza in termini di occupazione, con 8.537 occupati su un totale di 55.610 dell'Ue-28, nel 2018.

Barche da diporto e sportive

Infine, è interessante sottolineare come l'Italia rientri in Europa tra i tre Paesi maggiormente specializzati nel settore delle "imbarcazioni da diporto e sportive". Presenta infatti un saldo normalizzato pari al 75%, inferiore solo a quello della Polonia e uguale a quello del Regno Unito: considerando che un saldo →

Primi 5 mercati di esportazione dell'ITALIA nel settore «Barche e yacht da diporto con motore entroboardo» (classificazione HS17 – codice 890392; anno 2020)



normalizzato pari al 100% indica la presenza di un Paese unicamente esportatore e che l'export e il surplus dell'Italia sono nettamente superiori a quelli degli altri due Paesi citati, è evidente il ruolo di primo piano giocato in Europa dall'industria italiana della cantieristica nautica e quanto sia elevata la competitività dell'Italia sui mercati internazionali.

Nautica resiliente

“Tutti numeri che confermano la resilienza dell'industria della nautica, in particolare degli yacht e superyacht, alla crisi pandemica grazie alla sua capacità di coniugare design e tecnologia avanzata nella progettazione di motori e di materiali per realizzare scafi”, spiega Marco Fortis, presidente della Fondazione Edison. Poi, c'è un'altra evidenza da considerare: “Questo mondo non è costituito solo da grandi gruppi come Sanlorenzo, Ferretti, Azimut-Benetti e The Italian Sea Group – aggiunge Fortis -, ma ne fanno parte anche i distretti di specializzazione, in particolare quello dell'Alto Tirreno dove la stretta collaborazione tra produttori e fornitori (terzisti, progettisti, componentisti e allestitori, ndr) consente di valorizzazione al massimo i punti di forza della filiera”.

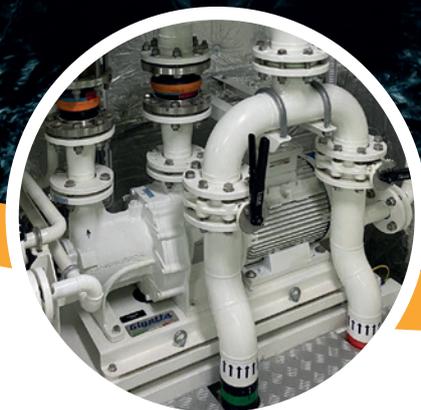
Nautica e Borsa

In un mercato in costante innovazione come quello della nautica, non sorprende quindi la necessità dei grandi gruppi italiani del settore di ricorrere al mercato dei capitali della Borsa per crescere. A fine 2019, c'è stato il debutto della Sanlorenzo a Piazza Affari, nel segmento Star, che ha generato subito un forte interesse da parte di investitori internazionali (193,6 milioni di euro il controvalore dell'operazione). Lo scorso 8 giugno è stato il turno di The Italian Sea Group, operatore globale della nautica di lusso, attivo nella costruzione e refit di motoryacht e navi fino a 100 metri, a conferma che le aziende della nautica di lusso sono apprezzate dagli investitori. “Il mercato degli yacht cresce in modo esponenziale, rispetto ad altri settori della manifattura italiana che si sviluppano in modo graduale, e questo richiede investimenti tecnologici e di progetto sempre più ingenti per stare al passo con i diretti concorrenti stranieri. Nel nostro Paese, le aziende del settore, perlopiù familiari, hanno quindi necessità di reperire risorse finanziarie dalla Borsa per stare al passo con la domanda e le necessità del mercato”, conclude Fortis. ■

EXCELLENCE INSIDE OUT



CONTROL PUMP



GIGETTA



BOILER

I PIÙ EFFICIENTI SISTEMI INTEGRATI DI POMPE E VENTILATORI PER YACHTS

Dal 1969 Gianneschi Pumps and Blower progetta e produce pompe, ventilatori e boiler per imbarcazioni di lusso, barche da lavoro e piccole unità militari dai 12 ai 120 metri di lunghezza, sviluppando soluzioni complete e innovative idonee all'ambiente marino.

Rigorosi standard di produzione e collaudo di ogni singolo prodotto garantiscono la massima efficienza e affidabilità nel tempo: da oltre 50 anni Gianneschi è il partner ideale per la nautica.

“Cresce la domanda di yacht, cantieri in over produzione”

Lo dicono i numeri dell'ultimo report di Deloitte: i segnali di resilienza si erano già palesati nel 2020

Cresce il mercato mondiale della nautica da diporto, nonostante il Covid. Lo dicono i numeri dell'ultimo report di Deloitte che anticipano il Boating Market Monitor, condotto ogni anno dal network della società di consulenza sul mercato globale della nautica da diporto. Numeri che fotografano un mercato in fibrillazione con cantieri in over produzione per effetto dell'incremento della domanda che in alcuni casi supera la capacità produttiva dei cantieri.

Outlook positivo

In realtà, ricorda Deloitte, i segnali di resilienza del settore si erano già palesati nel 2020, in piena pandemia, quando il mercato mondiale degli yacht ha messo a segno una crescita dell'1-2%, a fronte di un calo medio del 20% del comparto allargato di tutti i beni di lusso, registrando un giro di affari di quasi 25 miliardi di euro. Deloitte segnala anche un outlook positivo per i prossimi anni, confermato dal sentiment

dei cantieri nautici italiani e da una posizione di leadership dell'Italia nel mercato globale di superyacht, con 407 imbarcazioni in costruzione su un totale di 821 (circa il 50%) nel 2021. Il risultato, secondo il rapporto, conferma la solidità della cantieristica nautica italiana che prima del Covid-19 ha raggiunto un valore della produzione di 2,8 miliardi di euro con un tasso medio di crescita annuale del 13,7% dal 2014 al 2019.

Esportazioni

“La crescita c'è stata grazie all'export, che vale una quota pari all'86% della produzione nazionale. A conferma che il brand Italia è riconosciuto a livello internazionale per la sua eccellenza nel campo del design e della tecnologia applicata a materiali e motori. Il fenomeno è stato accelerato anche dal ritorno in termini di immagine dell'America's Cup”, spiega Antonio Solinas, AD del Financial Advisory di Deloitte. Ma non solo: “Negli ultimi 5 anni c'è stata una riscoperta del mercato interno – aggiunge -, grazie ad alcuni interventi normativi che hanno permesso di ridare fiato al settore, il quale ha guadagnato quasi il 5% di share. Ora l'auspicio è che il nostro Paese metta il comparto nelle condizioni di crescere ulteriormente perché a valle della produzione lavorano tante imprese nell'indotto”.

Barche a motore

Nel complesso, nel 2020 si registra un'espansione del segmento delle imbarcazioni a motore, che vale quasi il 90% dell'intero mercato, cresciuto principalmente nella fascia “outboard”. Il segmento delle imbarcazioni a vela ha registrato invece un'accelerazione di

“La crescita c'è stata grazie all'export, che vale una quota pari all'86% della produzione nazionale”

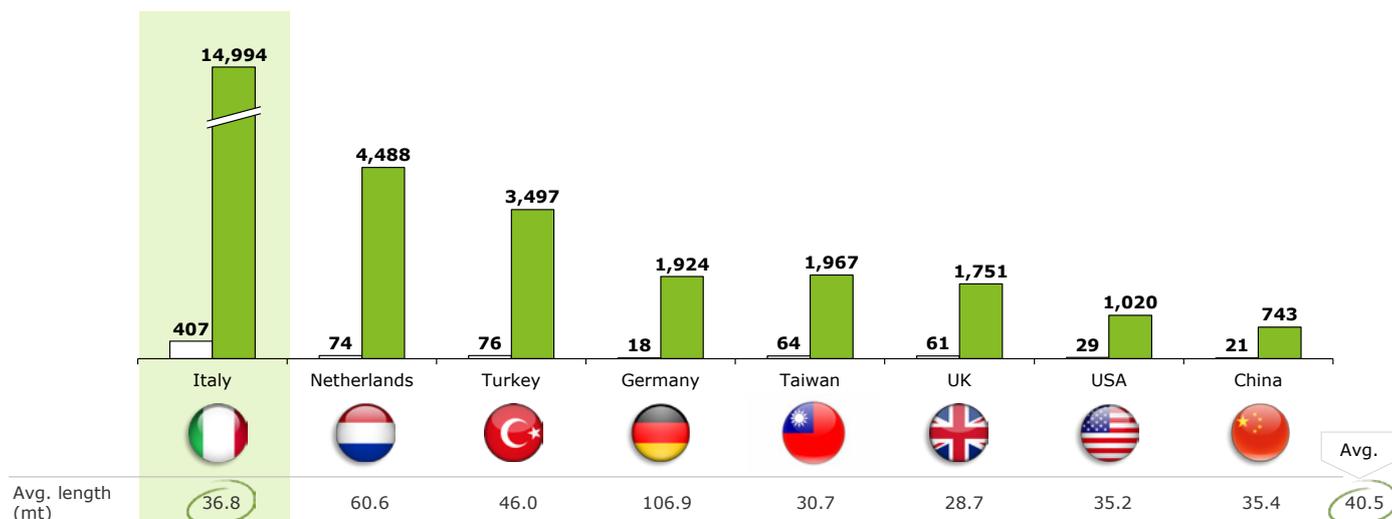


Antonio Solinas

Italian shipyards performance | Superyacht positioning

Number of projects and total length 2021 – Top countries

Projects (#) Length (mt)



Source: Deloitte Boating Market Monitor, industry associations, desk analysis, press release

performance a fronte di un aumento della domanda primaria di mercato (+2% di quota di mercato nel corso degli ultimi anni). Come già rilevato in passato, in termini geografici, il Nord America rappresenta la principale area geografica di sbocco con una quota del 45%, mentre l'Europa rappresenta quasi il 21% del mercato mondiale. Nel corso dei prossimi anni, si prospetta un incremento medio dei prezzi per effetto dell'aumento dei costi di produzione e di una maggiore dinamicità della domanda di mercato rispetto alla capacità produttiva disponibile dell'industria.

Investimento anti-ciclico

All'interno di questo contesto di mercato, nuovi segmenti di prodotto traineranno la crescita del mercato, ove si evidenzia una maggiore propensione verso imbarcazioni eco-sostenibili. In più, fa notare il rapporto, è stato registrato durante il periodo 2020-2021 l'aumento della domanda globale di "yachting charter & brokerage" e le previsioni mostrano una crescita attesa del 5-7% in vista del prossimo quinquennio. Sono due i motivi che hanno permesso alla nautica di crescere di più rispetto ad altri settori che producono e commercializzano beni di lusso: "La crisi pandemica ha innanzitutto spinto le aziende ad una rivisitazione del concept di lusso verso un ambito più intimo che ha permesso al comparto di avere un posizionamento più forte. Inoltre, oggi la barca viene considerata un bene anti-ciclico rispetto all'andamento macro dell'economia. La somma di questi due fattori spiega il nuovo trend della domanda", sottolinea Tommaso Nastasi, partner Deloitte. La prossima sfida? "Riuscire a ramificarsi nel mercato raggiungendo una fascia più ampia di clienti. Pensiamo solo che oggi su 100 persone 10 hanno una barca e le altre 90 no", risponde Nastasi. →



Tommaso Nastasi

"Il settore, per fare il salto dimensionale, deve adeguarsi ai nuovi paradigmi del lusso e del lifestyle"

Lusso e lifestyle

La sfida impone un cambiamento per le aziende nautiche: “Oggi quasi tutti i cantieri vendono le barche con un approccio tradizionale – osserva Nastasi - pensiamo quindi che il settore, per fare il salto dimensionale, debba adeguarsi ai nuovi paradigmi del lusso e del lifestyle”. In particolare, il settore rileva un gap in termini di marketing e necessita di una trasformazione del modello di promozione del prodotto e customer management. Tuttavia, nei prossimi anni si prevede che i saloni nautici manterranno un ruolo chiave tra le leve operative di promozione dei cantieri. Le prospettive per i saloni del 2021 sono positive e si prevede un maggiore flusso di potenziali acquirenti di nuove imbarcazioni.

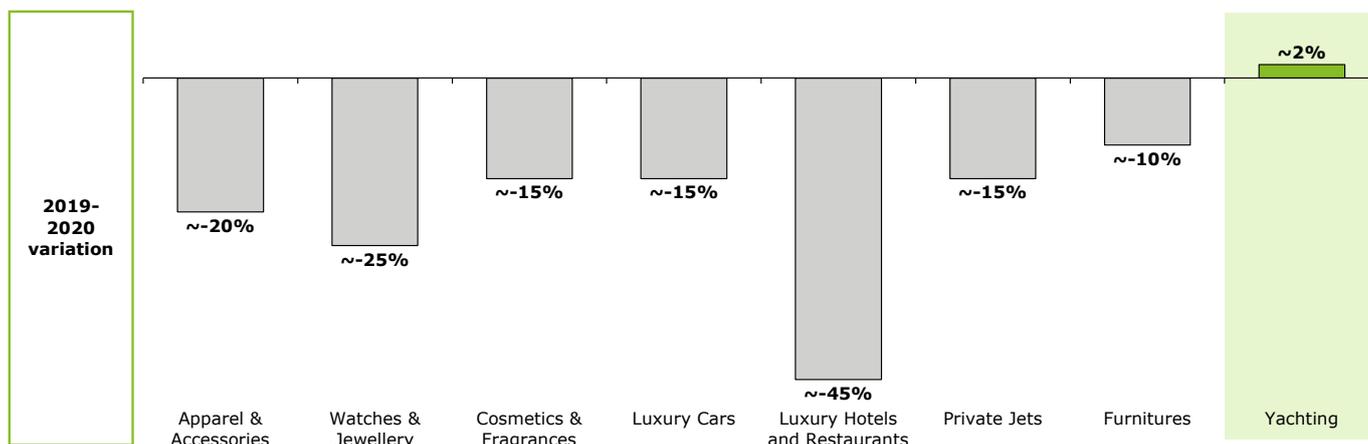
Mercato in fermento

Il passaggio non sarà indolore perché passerà da una forte concentrazione del mercato con nuove

acquisizioni, fusioni, quotazioni in Borsa e ingresso massiccio di fondi private equity che intravedono nelle aziende nautiche un’opportunità per realizzare profitti. “Se togliamo i grandi gruppi, il mondo della nautica continua ad essere molto frammentato – avverte Solinas. Pertanto, leve come private equity e Borsa rappresentano canali importanti per acquisire risorse finanziarie e sostenere futuri piani di sviluppo”. Che il settore necessiti di maggiore massa critica in Italia e nel mondo, lo certificano le statistiche dei Deloitte. “Dall’analisi di 300 cantieri, italiani e stranieri, abbiamo notato che il loro margine medio genera una performance sull’Ebitda del 3-4% contro il 15-20% realizzato dalla media allargata del settore del lusso. E’ il segnale che il settore deve crescere dal punto di vista strutturale”, conclude Nastasi. ■

Global Yachting market | COVID-19 impact

Impact of COVID-19 on Luxury market segments (Percentage)



- ✓ Yachts **recovery will be favoured by the willingness of customers to enjoy intimate and safe stays**
- ✓ **Yachting companies** already show a **consistent order book** and are **fuelling investments** in new technologies and boat development

Source: Deloitte Boating Market Monitor, Deloitte Global Fashion & Luxury Private Equity and Investors Survey 2021



FINCANTIERI



BARCOLANA®



Benvenuti a Rounditaly, la regata più lunga del Mediterraneo

Saranno 1.130 miglia di navigazione lungo le coste italiane, con un unico e spettacolare passaggio obbligato nello Stretto di Messina. Benvenuti alla prima edizione di “RoundItaly Genova - Trieste”. Nasce quest’anno la più lunga regata non-stop del Mediterraneo dopo l’antipasto nel 2020 con un’edizione virtuale a causa dell’emergenza pandemica che aveva avuto un grande successo. Semplice nella formula, avvincente e agguerrita: ecco il marchio di fabbrica dell’evento organizzato dalla Società Velica di Barcola e Grignano e Yacht Club Italiano, con il supporto di Fincantieri e con il coinvolgimento della Federazione Italiana Vela. L’evento,

realizzato dai due yacht club in partnership con Confindustria Nautica nella sua veste di organizzatore del 61° Salone Nautico di Genova, unirà con una spettacolare regata le due capitali della vela italiana, della cantieristica nazionale e della passione per il mare nel loro momento di massima visibilità: la RoundItaly Genova - Trieste, infatti, partirà il 16 settembre 2021 - giorno dell’inaugurazione del Salone Nautico - da Genova per raggiungere Trieste nei giorni della Barcolana, e si concluderà lungo la stessa linea di arrivo della regata più grande del mondo, di fronte a Piazza dell’Unità d’Italia. Il tempo di percorrenza del primo classificato sarà considerato come tempo →

fissato per il record lungo la rotta Genova - Trieste, che idealmente unirà anche i cantieri del Gruppo navalmeccanico della sponda tirrenica e adriatica. La regata vedrà protagoniste tutte le imbarcazioni Class40, IRC, ORC/ORC CLUB di lunghezza uguale o superiore a 9,14 metri. L'off-shore più lunga del Mediterraneo ha una genesi unica: lo scorso anno era stata ideata e organizzata come evento virtuale di e-sailing, ma la popolarità raggiunta, con oltre 21mila partecipanti online e l'attenzione ricevuta ha fatto sì che l'evento, da virtuale, diventasse concreto e reale, lungo una rotta molto complessa dal punto di vista tattico. A partire dal 16 settembre sarà possibile collegarsi a questa pagina per vivere in diretta la RoundItaly! Grazie al tracking sarà possibile seguire la regata, conoscere le posizioni in tempo reale dei partecipanti ed essere aggiornato su tutte le scelte tattiche: rounditaly.com/it/r25607?sNodeFragFilter=26695.

Il sistema www.racingruselsofsailing.org sarà utilizzato nella regata per la gestione delle informazioni tecniche ufficiali relative alla regata. Il sistema permette anche di registrarsi con una email per restare sempre aggiornati per quanto attiene agli aspetti tecnici. Il primo iscritto alla RoundItaly è il genovese Ernesto Moresino (Circolo Nautico MGA), che con il suo Class40 Ediliziacrobativa supportato dal Marina Genova Resort sarà al via forte della sua grande esperienza oceanica, nelle classi MiniTransat e Class 40. "La bellezza di questo nuovo evento - ha commentato Ernesto Moresino - deriva dalla complessità della regata, dalla sua lunghezza e dal fatto di dover effettuare tante scelte tattiche dettate dalla vicinanza della costa. Una sfida molto affascinante, che ci permette di circumnavigare la nostra meravigliosa Italia: ci sarà tanta bellezza in questa regata". ■

Quel filo che lega Genova a Trieste, nel segno del Salone Nautico

Un legame già forte tra Genova e Trieste che sarà consolidato da questa prima edizione RoundItaly nel nome del Salone Nautico che illuminerà il capoluogo ligure: "Sono entusiasta di questo nuovo grande evento sportivo - ha dichiarato il sindaco di Genova, Marco Bucci

- la nostra città e quella Trieste si uniscono nel segno del mare, elemento che caratterizza la storia delle nostre comunità. Siamo due città distanti ma con tante similitudini. Ognuna con le proprie peculiarità e le proprie consolidate tradizioni, Genova e Trieste si congiungeranno grazie alla





vela nel segno di due grandi eventi che caratterizzano le nostre realtà: il Salone Nautico Internazionale e la Barcolana” Si tratta di “una nuova rotta di amicizia e collaborazione tra due grandi città dall’importante tradizione marinaiasca - commenta il Sindaco di Trieste Roberto Dipiazza - che si rinnova nel segno della Barcolana, capace di innovare anno dopo anno e di unire gli aspetti sportivi alle tematiche ambientali e di sostenibilità. Un sentito grazie anche a Fincantieri per la concreta presenza e la capacità di unire il Paese”. Un gioco di squadra per un risultato che si annuncia straordinario: “Dopo il successo dell’esperienza della regata virtuale nel 2020 – aggiunge Saverio Cecchi, Presidente di Confindustria Nautica - quest’anno la Genova – Trieste si disputerà in acqua oltre che online per coinvolgere un pubblico di appassionati sempre maggiore e offrire un forte segnale di ritorno alla normalità. Siamo felici di poter contribuire a un progetto ambizioso e di alto profilo”. La regata, che si svolgerà secondo le regole internazionali della vela d’altura per quanto attiene il tema della sicurezza, vede il supporto della Federazione Italiana Vela. “Oltre 1.100 miglia intorno alle meraviglie dell’Italia vista dal mare, il massimo della vela offshore in Mediterraneo - ha sottolineato il Presidente della FIV, Francesco Ettore - e soprattutto l’unione sinergica tra due capitali del mare e tra istituzioni impegnate a fondo

nella promozione della cultura della navigazione. Dal Salone Nautico alla Barcolana: in mezzo ci sono tutti i mari d’Italia e le emozioni che sanno regalare. La FIV è molto felice di supportare le iniziative che diffondono l’offshore e la navigazione d’altura. Una grande opportunità per i velisti italiani”. Un evento che ha visto in prima linea la Società Velica di Barcola e Grignano e lo Yacht Club Italiano col presidente dello YCI Gerolamo Bianchi che lancia un messaggio: “Una manifestazione che mostra come il progetto che lega i due yacht club risulti di grande valore sportivo e interesse. Agli armatori che hanno scelto di partecipare va il nostro ringraziamento: saranno, assieme ai loro equipaggi, i protagonisti di questa nuova rotta, destinata a fare storia nella navigazione offshore italiana”. “L’organizzazione di questa regata - spiega ancora Dean Bassi, Direttore Sportivo Altura della Società Velica di Barcola e Grignano - permette di creare uno stretto collegamento tra le regate di inizio settembre in Tirreno, le regate Alto Adriatiche di metà ottobre e il finale di →



stagione a Malta, creando nuove opportunità per gli armatori che vogliono essere protagonisti in Mediterraneo nella seconda parte della stagione. Con lo Yacht Club Italiano abbiamo lavorato dal punto di vista tecnico per rendere la RoundItaly Genova - Trieste particolarmente interessante per gli equipaggi, che dovranno affrontare molte scelte tattiche per eccellere, e per il pubblico grazie a un racconto multimediale capace di affascinare e offrire nuovi punti di vista dei nostri mari e delle nostre coste". L'evento avrà anche un forte impegno legato alla sostenibilità, diventando un'occasione di monitoraggio dei mari italiani. Lungo il percorso della RoundItaly, infatti, gli equipaggi raccoglieranno immagini relative allo stato del mare, della flora e fauna marina, con

particolare attenzione al tema delle plastiche. Le informazioni raccolte saranno utilizzate quali temi di riflessione a Trieste, in occasione del Barcolana Sea Summit che tratterà proprio lo stato di salute del Mediterraneo. La RoundItaly Genova - Trieste promuoverà anche il progetto RECO, e prevederà la presenza a bordo di ogni imbarcazione di un responsabile ecologico, come già avvenuto in occasione di Barcolana52 e della 68a edizione della Rolex Giraglia. ■



“Dal mondo digitale a quello reale, così è nato il progetto Rounditaly”

“Scegliendo Trieste e Genova abbiamo unito simbolicamente le eccellenze del Paese”

Presidente, come nasce l'idea di Rounditaly?

“Il progetto prende le mosse durante il periodo più buio della pandemia. Nel 2020, assieme allo Yacht Club Italiano e a Confindustria Nautica abbiamo organizzato una regata virtuale che unisse Genova a Trieste. In un momento in cui viaggiare e muoversi era molto complesso, abbiamo trovato una soluzione digitale capace di tenerci uniti. Il successo è stato tale, con oltre 20mila partecipanti alla regata di e-sailing, che quest'anno, insieme agli amici genovesi, abbiamo organizzato l'evento reale. La RoundItaly è quindi il primo evento che dal mondo digitale si è concretizzato in una regata reale, grazie anche al supporto di Fincantieri e di PromoTurismo FVG che ne hanno subito colto il valore”.

Qual è la filosofia di questo evento?

“Uno degli insegnamenti che abbiamo tratto dalla pandemia è che dobbiamo unire le eccellenze del Paese. Così nasce la Genova-Trieste: dalla volontà di unire, non solo simbolicamente due città che rappresentano il futuro della portualità italiana. Due porti che devono fare sistema per battere la concorrenza del Nord Europa. C'è un pensiero strategico dietro a questa manifestazione e poi c'è l'epopea dell'avventura in barca a vela, con una rotta inedita e affascinante, che va alla scoperta dei mari italiani. Lavorare insieme allo Yacht Club Italiano per la regata più lunga del Mediterraneo è un grande

onore per noi”.

Un percorso straordinario, quale è stato lo spirito per scegliere l'itinerario?

“La rotta della RoundItaly è unica: navigare tra settembre e ottobre per 1130 miglia in Mediterraneo è sfidante dal punto di vista meteorologico; farlo attorno all'Italia è avvincente anche dal punto di vista della tattica, perché la geografia delle nostre coste imporrà scelte strategiche in molti tratti. Abbiamo messo il solo vincolo del passaggio lungo lo Stretto di Messina, che ha sia molti contenuti emozionali – si pensi alla narrazione di Scilla e Cariddi – sia un fascino dal punto di vista nautico”.

Un'iniziativa legata al Salone Nautico di Genova, come si è sviluppata questa partnership? →



Mitja Gialuz

“L'edizione 2021 della regata ha un sottotitolo che per noi è strategico: le nuove rotte”



“La partnership con il Salone Nautico e con Confindustria Nautica si è consolidata negli ultimi anni. Si pensi al fatto che lo scorso anno, sono stati tra i pochissimi eventi organizzati nonostante la pandemia: ci siamo più volte confrontati sugli aspetti organizzativi e abbiamo lavorato assieme sul fronte della promozione. Fare squadra permette di sviluppare, in chiave internazionale, la posizione dell’Italia nel mondo dello yachting”.

Quali sono i numeri di Rounditaly?

“La prima edizione vede cinque imbarcazioni al via: il nostro obiettivo era averne quattro e l’abbiamo superato. Un’ottima partenza con tre barche da regata della stessa categoria (i Class 40), un’imbarcazione di dimensioni più grandi e un maxi. Siamo molto soddisfatti, poiché abbiamo lanciato l’evento a stagione già inoltrata e si tratta di una regata molto impegnativa. L’obiettivo è di sostanza: lavorare per dare maggiore peso e ruolo alla vela d’altura in Italia”.

Parliamo della Barcolana, la regata più grande del mondo: anche quest’anno sarà un’edizione super.

“L’edizione 2021 della regata ha un sottotitolo che per noi è strategico: le nuove rotte. A partire dal febbraio 2020 il mondo è cambiato, ci troviamo in un contesto in cui bisogna sperimentare e adattare i format a nuove esigenze. Così abbiamo fatto: con la RoundItaly in mare, e con il Barcolana Sea Summit a terra, un evento che focalizza l’attenzione sulla sostenibilità e sulla salute del nostro Mediterraneo, e mette a confronto scienza, imprenditoria, istituzioni, associazioni ambientaliste. Accanto alle nuove rotte, la tradizione: la grande festa del mare che coinvolge l’intera città di Trieste, un calendario di eventi che è capace di unire arte, letteratura con “Barcolana un mare di racconti”, sport e tutta la passione per il mare possibile!”. ■

Nautica, l'obbligo della sostenibilità

L'obiettivo è sempre l'impatto zero

I professionisti dello Studio Legale Lexchance: "Il coinvolgimento di consulenti di fiducia per l'intera durata dell'iter costruttivo o di refitting è diventato prioritario sia per l'armatore che per il cantiere"

Il progetto europeo sulla "nautica sostenibile" ha iniziato a produrre i suoi effetti anche all'interno dell'ordinamento italiano. I profili da analizzare nel merito sarebbero molteplici a partire, ad esempio, dalle misure c.d. ecosostenibili adottate e da adottare nella costruzione di imbarcazioni e navi "ad impatto zero", alla riqualificazione delle aree portuali e, ancora, all'evoluzione dell'attività di consulenza nel settore marittimo, spiegano gli avvocati Alessandra Labanca, Senior Associate e responsabile del Dipartimento Diritto della Navigazione, e Francesco Marabeti, CEO & Managing Partner, dello Studio Legale Lexchance.

Come nasce l'idea di un sistema di c.d. nautica sostenibile all'interno dell'Unione europea?

"Promuovere la nautica sostenibile significa, di fatto, incentivare le tecnologie più idonee a garantire lo sfruttamento del mare e delle aree costiere da parte dell'uomo, sia per finalità turistiche sia di trasporto, con il minor impatto ecologico possibile. E ciò non solo per quanto concerne l'attività della cantieristica navale e nautica nel diporto e nel commerciale, ma anche in relazione a tutto quello che interessa i porti e le attività ad essi riconducibili".

Quali sono le normative europee più recenti e cosa hanno prodotto?

"Nella Proposta di Strategia annuale per la crescita sostenibile 2021, la Commissione europea ha



Alessandra Labanca

"Sono moltissime le realtà imprenditoriali che stanno nascendo anche come start up nel campo delle tecnologie digitali"

invitato gli Stati membri ad incrementare le misure nazionali come gli investimenti in trasporti pubblici e in infrastrutture a sostegno del passaggio ad una mobilità più sostenibile e intelligente. Con la recentissima entrata in vigore della Legge Europea sul Clima gli ordinamenti nazionali sono tenuti ad accelerare la realizzazione di infrastrutture innovative ed ecostenibili per la mobilità. Infine, tra le recenti proposte di modifica che hanno interessato il regolamento (UE) 2015/757 in materia di emissioni di anidride carbonica generate dal trasporto marittimo, il Parlamento e la Commissione hanno previsto l'istituzione di un certificato di efficienza energetica per le navi, corredato di una scala di valutazione, che consenta un confronto trasparente delle stesse, in particolare per la vendita o il noleggio, ed incoraggi gli Stati membri a promuovere le unità più efficienti". →

Quali sono state le prime strategie green nella cantieristica nautica e navale nazionale?

“E’ interessante evidenziare il sempre maggior impegno di cantieri navali e nautici italiani nell’adozione di strategie green per la costruzione e/o il refitting di navi e imbarcazioni all’insegna della sostenibilità, strategie che, di fatto, tengono conto delle prescrizioni europee esistenti. Riscontriamo, poi, un’attenzione particolare, già nelle prime fasi negoziali, per la regolamentazione di tutti gli aspetti tecnici inerenti la conformità delle componenti non solo alle normative UE più recenti, ma anche a quei criteri di lavorazione ispirati all’ecosostenibilità volti ad ottenere unità il più possibile ad “impatto ambientale zero”. Il coinvolgimento di consulenti di fiducia per l’intera durata dell’iter costruttivo o di refitting è diventato certamente prioritario sia per l’armatore che per il cantiere. E sono moltissime le realtà imprenditoriali che stanno nascendo anche come start up proprio nel campo delle nuove tecnologie digitali e materiali nel settore cantieristico nautico e navale”.

Quali sono le iniziative nazionali più recenti in materia di sostenibilità nel settore marittimo?

“Il c.d. Winter package o Clean energy package ha previsto espressamente che ciascuno Stato contribuisca al raggiungimento degli obiettivi comuni attraverso la fissazione di propri target 2030. A tale fine, sono stati preordinati i Piani nazionali integrati per l’energia e il clima - PNIEC, che interessano periodi di dieci anni a partire dal decennio 2021-2030. Inoltre, a livello nazionale sono già state assunte numerose iniziative normative volte a sanzionare coloro che con le proprie unità e con le proprie attività nel settore marittimo inquinano l’ambiente marino al di sopra di livelli predefiniti. E le sanzioni sono particolarmente rilevanti. Inoltre, secondo le nostre esperienze consulenziali più recenti, c’è una crescente attivazione dei cantieri navali nella costruzione di unità ispirate al nuovo modello di Short Sea Shipping, ossia il trasporto marittimo a corto raggio in rapida crescita a livello europeo. Uno degli obiettivi europei propri del Green

Deal nel settore della mobilità navale è, infatti, quello di integrare tale modello nell’intera catena logistica, riducendo così l’impronta ecologica che deriva dal trasporto su strada”.

Ecosostenibilità nelle aree portuali, quali le iniziative e quali le prospettive?

“In occasione dell’adozione del Regolamento UE/2021/241, in vigore dallo scorso 19 Febbraio, tra le priorità del piano per la ripresa e la resilienza, è stato posto l’accento sulla promozione di una crescita sostenibile anche nel settore più specifico dei trasporti via mare. Il Parlamento europeo ha ricordato che i porti dell’Unione costituiscono nodi strategici nella transizione energetica a causa della loro posizione geografica e delle loro attività economiche. Sicuramente, tra gli obiettivi di cui anche il nostro ordinamento deve tener conto in tempi brevi, occorre considerare, accanto a quello della progressiva decarbonizzazione del settore marittimo, un approccio strategico relativo ai porti al fine di sostenerne il ruolo di facilitatori della transizione energetica, in linea con le priorità del Green Deal. In altri termini, tenendo conto delle richieste di consulenza più recenti che abbiamo ricevuto dalle Autorità portuali italiane, è quanto mai opportuno sollecitare un intervento normativo nazionale volto a promuovere lo sviluppo di porti “ad emissioni zero”, incentivando altresì l’adozione di sistemi di digitalizzazione più innovativi”. ■



“Promuovere la nautica sostenibile significa incentivare le tecnologie più idonee a garantire lo sfruttamento del mare”

Francesco Marabeti

Azimut Benetti, quattordici barche per stupire il pubblico di Genova

Con un mercato principale orientato sul Nord America, il cantiere punta a offrire una vasta gamma di prodotti a una fetta sempre più ampia di potenziali clienti

Cresce il mercato mondiale della nautica da diporto nonostante il Covid-19, l'assenza di saloni nautici e l'impossibilità a muoversi.

Lo dicono i numeri dell'ultimo report di Deloitte che anticipano lo studio del Boating Market Monitor, condotto ogni anno dal network della società di consulenza sull'industria di settore.

Numeri che fotografano un mercato in fibrillazione con cantieri in over produzione per effetto dell'incremento della domanda che in alcuni casi arriva a doppiare l'offerta. Con un valore di produzione cresciuto di oltre 100 milioni e un portafoglio ordini che supera 1,2 miliardi di euro, Azimut Benetti si conferma uno dei gruppi industriali più in forma nel mondo della nautica. Marchio di punta del settore italiano, Azimut Benetti porta a Genova in esposizione quattordici imbarcazioni con cui stupire clienti e curiosi.

Dopo aver confermato 100 milioni di euro di investimenti in R&D per il prossimo triennio, il gruppo guidato da Giovanna Vitelli torna al Salone Nautico con una serie di imbarcazioni in grado di soddisfare le esigenze più raffinate e particolari.

Si parte dall'Azimut S6, che grazie al massiccio utilizzo della fibra di carbonio in fase di produzione vanta ampi volumi senza aggravio di peso. Con una lunghezza fuori tutto di diciotto metri e tre Volvo IPS 700 D8 550 mHp come motorizzazione, sarà uno dei modelli di punta per l'ambito più sportivo di Azimut a Genova.

L'Azimut S7 implementa le capacità del precedente

grazie all'Active Trim Control, un sistema di Interceptor automatico che gestisce l'assetto in navigazione, in grado di garantire il trim ottimale e quindi di ridurre le attività di manutenzione. Azimut S7 monta anche l'Auto Balance System, sistema che trasferisce automaticamente il carburante da serbatoio a serbatoio, assicurando così di mantenere l'angolo di inclinazione vicino allo zero nel caso di distribuzione variabile del carico e in caso di rifornimento.

Ma anche Azimut S8 sarà parte della grande esposizione del 61esimo Salone Nautico di Genova. Anch'esso costruito grazie al grande utilizzo della fibra di carbonio, S8 ha in dotazione un sistema di controllo integrato personalizzato che aumenta il potenziale generale di controllo dello yacht. Motori, allarmi, pompe di scarico dell'acqua di sentina, ma anche i livelli di carburante, la ventilazione e il sistema di suono. Tutti gli aspetti interni dell'imbarcazione vengono gestiti dal sistema che può essere controllato dalle timonerie e da remoto. Il gruppo Azimut Benetti vive oggi un momento commerciale di piena espansione, dopo un 2020 di incertezza e frenata generale del settore. Negli ultimi sei mesi sono state 245 le imbarcazioni di Azimut Yachts e Benetti a essere consegnate, e sono fioccati anche i premi internazionali. Durante l'ultima cerimonia dei World Superyacht Awards, lo scorso 5 settembre, il Benetti Oasis 40M si è aggiudicato il primo premio nella categoria "Displacement Motor Yachts 499GT and →

below and 40M and above”. Sempre nella stessa manifestazione è stato premiato anche il megayacht Benetti M/Y “Alfa”. Primo posto nella categoria chiave per il marchio, ovvero “Displacement Motor Yachts 1000GT to 1599GT”.

Al Nautico di Genova sarà possibile ammirare inoltre gli Atlantis 45 e 51, gli Azimut 50, 53, 60, 68, 78, e i classe Magellano 25, 43 e il nuovo Magellano 66. Lo yacht presenta una carena “dual mode” in grado di garantire un impatto morbido sull’acqua, così da rendere la navigazione piacevole e con un’eccellente tenuta in qualunque condizione meteomarina. Il pattino superiore garantisce che la larghezza al galleggiamento sia superiore alle basse velocità, a tutto vantaggio della stabilità, mentre alle alte velocità la separazione dei flussi avviene a partire dal pattino inferiore che, essendo più stretto, offre una minore resistenza riducendo il consumo di carburante o aumentando il range. Il

nuovo Magellano 66 affianca le ultime novità del gruppo, che ha visto il 2021 presentare il 53 Fly, modello di barca di fascia media, il Trideck, Azimut 68, Oasis 40 e altri modelli ancora.

Con un mercato principale orientato sul Nord America, Azimut Benetti punta a offrire una vasta gamma di prodotti a una fetta sempre più ampia di potenziali clienti. Clienti che mostrano interesse sempre maggiore nei confronti della sostenibilità ambientale e dei materiali di costruzione, oltre che nella tecnologia a bordo. Due aspetti che già oggi sono studiati e applicati dal gruppo Azimut Benetti, e che vedranno una forte crescita anche nei prossimi anni, a bordo di imbarcazioni sempre più performanti e intriganti, nelle linee e nelle opportunità. ■

L'estate è finita.

E' tempo di lasciare il mare ai professionisti.

Salerno Boat Show 2021

“L’ambizione è stata ripagata”

“La manifestazione è cresciuta di pari passo con il completamento dell’infrastruttura a mare, terminata nel 2019. Oggi siamo più forti grazie alla partnership con Confindustria Nautica”

Un appuntamento che cresce e diventa strategico. Il 2 ottobre si alzerà il sipario sulla quinta edizione del Salerno Boat Show: “Quest’anno abbiamo puntato all’ampliamento ed al rafforzamento della rete di soggetti specializzati che operano nel settore. E’ nata così la partnership con Confindustria Nautica, che valorizzerà ulteriormente il comparto nel Centro Sud e in Campania”, spiega a ShipMag Agostino Gallozzi, Presidente della Marina d’Arechi.

Quali sono le novità di questa edizione?

“Il 2 ottobre inaugureremo la quinta edizione del Salerno Boat Show (2-10 ottobre 2021, presso il porto turistico Marina d’Arechi). Saranno numerose le imbarcazioni in esposizione, tra barche a motore, a vela e catamarani di diverse metrature, come pure saranno presenti importanti marchi legati all’accessoristica nautica. L’evento si rivolge principalmente a imprese e professionisti del Centro-Sud Italia, con uno spazio a mare dedicato ai diportisti privati. L’obiettivo è favorire le dinamiche di mercato nella sua più vasta accezione. Quest’anno abbiamo puntato all’ampliamento ed al rafforzamento della rete di soggetti specializzati che operano nel settore. E’, infatti, nata la partnership con Confindustria Nautica, che valorizzerà ulteriormente il comparto nel Centro Sud e in Campania”.

Con quale spirito ha preso forma questa

manifestazione?

“L’evento è nato per condividere scelte e strategie di crescita con gli operatori del settore, partendo dalla consapevolezza che Marina d’Arechi ben si prestava ad accogliere questo tipo di manifestazione. Ricordo ancora quella che poi abbiamo definito l’anteprima - il cosiddetto numero zero - nel novembre 2014. A parteciparvi furono soprattutto gli operatori locali. Ma, già in quell’occasione, riscontrammo, fin da subito, l’interesse di potenziali espositori. L’obiettivo era, in quei giorni, interloquire con una ventina di aziende partecipanti; ci arrivarono richieste da parte di oltre 40 operatori interessati. L’evento non si chiamava ancora Salerno Boat Show, la denominazione nacque con la prima edizione del 2015. A partire da allora, la manifestazione, organizzata con cadenza biennale, è cresciuta di pari passo con il completamento dell’infrastruttura a mare, terminata nel 2019. →



Agostino Gallozzi

“Un punto di forza è la location, a poche miglia dalle costiere amalfitana e cilentana e da Capri”



Le importanti presenze registrate lo scorso anno hanno fatto sì che accogliessimo la richiesta da parte degli stessi operatori di farne un appuntamento annuale”.

Nel corso di questi anni avete collezionato numeri importanti in questo evento.

“Credo siano diversi i fattori che hanno concorso allo sviluppo del progetto Salerno Boat Show. La location, a poche miglia dalle costiere amalfitana e cilentana e dall’isola di Capri, la possibilità di effettuare le prove a mare in totale sicurezza, l’apertura ad un pubblico più ampio possibile: non solo diportisti, ma anche appassionati del mare, solo per citarne alcuni. È, inoltre, indubbio che uno dei punti di forza del Salerno Boat Show sia il costante dialogo con gli espositori partecipanti. L’evento è cresciuto anche grazie a questo scambio che definirei osmotico. L’attività promozionale - presso i saloni nautici più importanti come Genova, Düsseldorf, Cannes - ha accresciuto notevolmente il bacino di contatti. Il pubblico ha risposto positivamente all’invito, a dimostrazione di

quanto sia forte l’interesse nei confronti della nautica di qualità”.

Quali sono le potenzialità di crescita del settore nautica in Italia?

“Credo che rimaniamo ancorati alla necessità di rendere più efficiente il rapporto pubblico/privato: anche la nautica paga la mancanza di un’effettiva efficienza del settore pubblico in termini di capacità operativa che si riflette sull’imprenditorialità alle prese con le solite problematiche derivanti dalla cattiva burocrazia e dai perenni ritardi amministrativi. Non sono poche le iniziative, anche nel comparto nautico, che scontano lentezze francamente non più accettabili. Come pure, va detto, occorre lavorare a fondo per rendere le stesse relazioni tra noi privati adeguate alle opportunità di business, al di là della giusta capacità concorrenziale”.

Quali possono i progetti per sviluppare ancora di più questo business?

“Manca ancora una rete effettiva e altamente funzionale in grado di rafforzare la necessaria connessione - proiettata, ovviamente, anche in ambito internazionale - dei porti e delle altre infrastrutture al servizio della nautica da diporto, che è a tutti gli effetti il tassello centrale della nostra importante e competitiva offerta turistica”.

Appuntamento a Marina d'Arechi, uno dei più belli porti turistici del Mediterraneo: una splendida location, come può crescere ancora?

“Marina d'Arechi in pochi anni ha già raggiunto livelli di crescita superiori a quanto programmato, ma non ha smesso di percorrere la strada che conduce a una presenza sempre più competitiva, sul piano dell'offerta di servizi e di proposte, nell'ambito della nautica in tutti i segmenti medio-alti di clientela. Continueremo a migliorarci perché solo se alziamo annualmente gli standard di qualità, siamo in grado di rafforzare la nostra costante presenza nelle mappe del turismo

nazionale ed internazionale. Marina d'Arechi prevede sempre di più una transizione del modello portuale da infrastruttura sicura per l'ormeggio di imbarcazioni a “port village”, così come richiamato dalla stessa nostra denominazione, mettendo al centro la valorizzazione del tempo libero della persona, la risorsa più preziosa per ciascuno di noi, con una offerta molto articolata di attività che fanno della marina un vero distretto del turismo nautico, miscelando l'offerta di servizi con location tra le più glamour d'Italia e del Mediterraneo”. ■



Gancio Editore S.r.l.

Direttore Responsabile

Vito de Ceglia

direttore@shipmag.it

Redazione

redazione@shipmag.it

Marketing e pubblicità

marketing@shipmag.it

www.shipmag.it

 ShipMag

 ShipMag

 mag_ship

 Redazione SHIPMAG