

A Cannes la nautica ritrova fiducia

Italiani in primo piano al Festival de la Plaisance

Giulia Crivelli

L'apprensione della vigilia era comprensibile, ma forse esagerata: il primo giorno del Festival de la Plaisance di Cannes, il più grande salone europeo per numero di barche in acqua, ha dimostrato che sulla nautica cominciano a soffiare venti di ripresa, se pur deboli. E i cantieri italiani, presenti in forza in Costa Azzurra, sono in prima fila per intercettare l'intenzione di tendenza.

Secondo uno studio condotto da McKinsey e illustrato ieri a Cannes nel corso della presentazione dei risultati del gruppo Azimut-Benetti (si veda l'articolo a fianco), le vendite dei principali player del mercato nell'ultimo anno si sono contratte fino al 40-50% e si prevede che il recupero dei valori record del 2007 necessiterà di tre-quattro anni. La buona notizia è che inizierà già nel 2010. Lo scenario ipotizzato dallo studio McKinsey è supportato da un'analisi condotta sulla precedente crisi della nautica, quella del 1990-91: dopo la contrazione e la stagnazione durata fino al 1992, nel 1995 i volumi tornarono al picco storico, cioè sei anni dopo l'inizio del periodo negativo.

Dalla ricerca emerge che i primi a uscire dalla crisi saranno i cantieri in grado di rinnovare fortemente e continuamente la propria gamma prodotti: ed è questo che mette gli italiani in una posizione favorevole. Oltre ai due colossi della nautica made in Italy Ferretti (che a Cannes ha portato 37 barche, di cui tre anteprime mondiali) e Azimut-Benetti, molti altri cantieri utilizzeranno la vetrina francese per mostrare nuovi modelli.

Da Sanlorenzo, presente con l'anteprima mondiale del Bluegame 60, a Crn, che a Cannes ha portato la Rubecan (una navetta di 43 metri) e che al salone di Monaco, dedicato interamente ai megayacht (che si terrà dal 23 al 26 settembre), presenterà l'innovativo Blue Eyes.

Tema trasversale ai tre saloni nautici più importanti dell'anno (Cannes, Monaco e Genova, quest'ultimo dal 3 all'11 ottobre) è l'attenzione all'ambiente e in particolare ai consumi. Lo studio McKinsey evidenzia come la crisi possa cambiare i "gusti" dei clienti e conseguentemente quali siano le tipologie di imbarcazioni che saranno maggiormente richieste nei prossimi anni. La tendenza è abbastanza chiara: si cercheranno imbarcazioni sempre più "marine" rispetto alle scelte fatte negli scorsi anni. In particolare, una parte degli acquirenti di imbarcazioni supersportive potrebbe orientarsi verso sportcruiser, mentre gli storici clienti dei fly guarderanno con interesse anche ai segmenti semi-dislocanti. Contrariamente a quanto succedeva prima della crisi, l'abitabilità e l'economicità di gestione saranno un fattore discriminante anche su barche di dimensioni importanti.

«Assisteremo sicuramente a una maggior diffusione di motori ibridi - conferma Massimo Perrotti, presidente di Sanlorenzo - . Ma soprattutto cambierà il modo di andare per mare: la crisi ha aiutato a riscoprire il piacere di una navigazione più lenta, lontana dalle ostentazioni».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



In navigazione. L'Azimut Leonardo 100, una delle novità presentate al Festival de la Plaisance di Cannes