

Cantieri navali. Al via con il Salone di Genova una stagione di verifiche per l'intero comparto in seguito al crollo del mercato interno

La nautica cerca la volata

Sull'industria pesano mancanza di credito e interpretazioni restrittive della legge

di Antonio Vettese

Siamo tutti qui in trepida attesa. Dal Salone di Genova si aspettano tante risposte, dal mercato, dalla politica e dall'industria. Si apre una stagione, non di vacanza ma di verifica, che sappiamo essere cruciale per tanti cantieri. Genova segue il festival de la Plaisance di Cannes e il Monaco Yacht Show, sulle cui banchine qualcosa di buono, per fortuna, è successo.

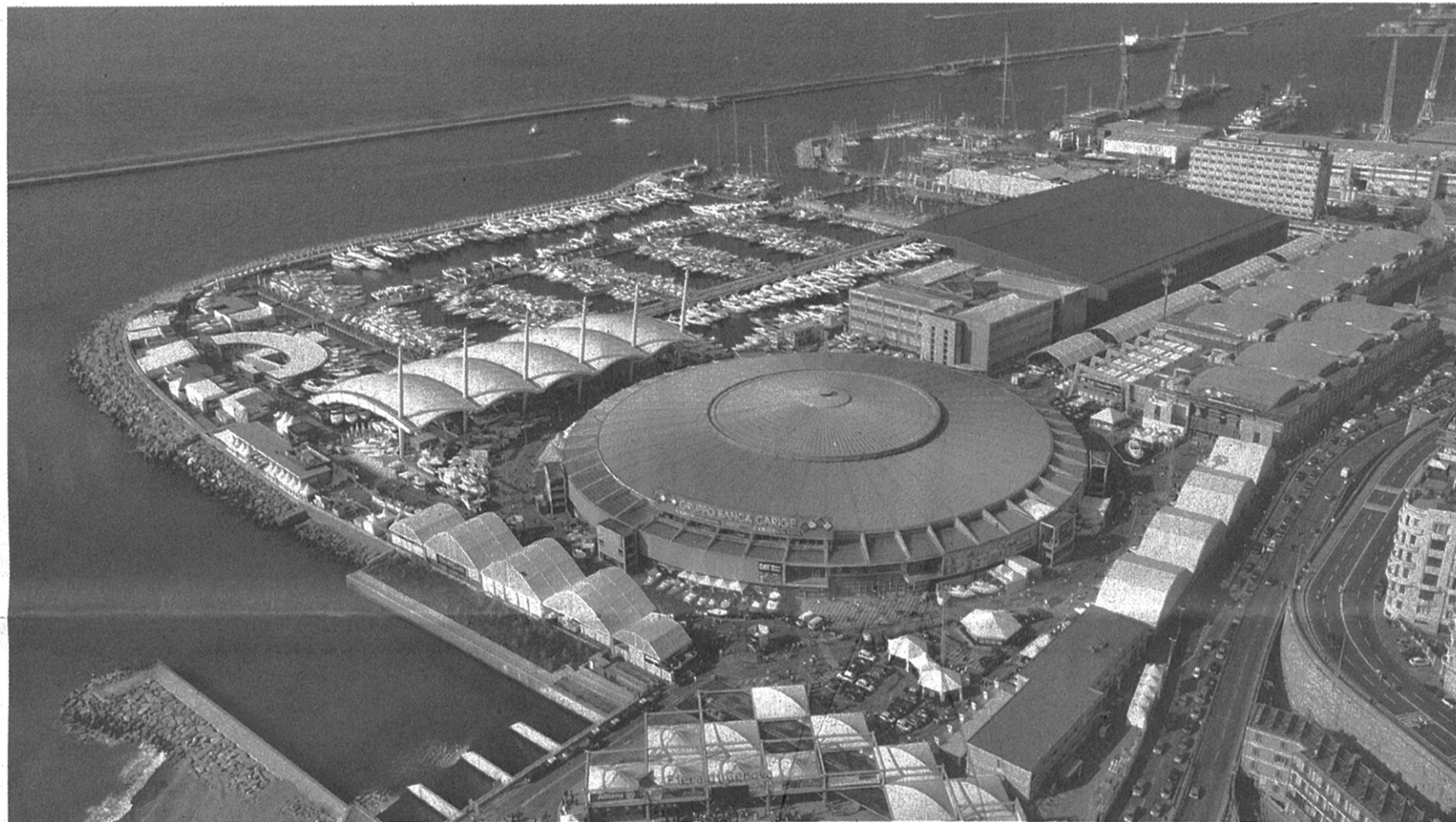
Paolo Vitelli, presidente e anima del gruppo Azimut Benetti è ottimista: «Abbiamo ripreso la piena produzione, abbiamo anche dovuto assumere. Ma dobbiamo farci sentire, spiegare, e pretendere dalla politica». Massimo Perotti a Monaco ha raccontato il suo cantiere Sanlorenzo, autore di barche raffinate e di massima qualità, e la sua rinuncia per la quarta volta alla gara per la conquista di Bagliet-

LE RESPONSABILITÀ

Il settore ha fatto leva troppo spesso sulla parola «lusso» senza fare distinzioni. La crisi impone di investire in ricerca e innovazione vera

to, uno dei grandi marchi storici passato di mano qualche settimana fa. È contento di aver subito meno di altri, ma è preoccupato «che la qualità paghi meno - afferma -. Ogni trattativa è una battaglia prima di tutto per il prezzo». Gli armatori sono attenti, e anche nuovi: «Arriva gente diversa da quella di una volta, anche professionisti giovani e decisi che con la crisi hanno cavalcato le opportunità», raccontano da Southern Wind, cantiere di anima genovese e sede produttiva in Sud Africa. Domenico Pirazzoli del gruppo Ferretti dice con un filo di ironia romagnola: «Almeno si discute, si parla di barca. Meglio di un anno fa». Parlare vuol dire sedersi dietro una scrivania e far trattative, magari difficili ma trattative.

La bella favola della nautica



Appuntamento globale. Una veduta del Salone di Genova, il più importante salone nautico al mondo. Inaugurato sabato, si concluderà domenica prossima

italiana, un'industria che ha rugito per anni, costellata di primati nel design, nella produzione, nella qualità e nel Pil, per le sue capacità di moltiplicare gli investimenti, adesso è in pericolo per l'assalto di politica e finanza (quella in divisa grigia e finiture gialle, dopo quella dei grattacieli): entrambe hanno purtroppo smesso di considerare l'industria nautica come un'opportunità per il paese. Carla Demaria di Montecarlo Yacht tuona: «Si rendono conto che abbiamo più addetti del settore chimico? Quello è intoccabile, noi no». La crisi del mercato interno, dovuta a mancanza di credito e resistenza all'acquisto per timori psicologici dovuti ai controlli, pur pesando poco in termini di fatturato complessivo (i nostri cantieri prima di Lehman Brother esportavano

quote vicine all'80%), ha tagliato le gambe ai cantieri che comunque hanno bisogno del mercato domestico. A Paolo Lombardi, presidente di Fiera di Genova, e Anton Albertoni, presidente di Ucina, tocca il compito durissimo di far fronte comune per sostenere il Salone genovese e di conseguenza la nautica da diporto. Un compito importante, cruciale.

Le lancette del tempo sembrano aver girato vorticosamente al contrario, siamo tornati alla vecchia immagine della nautica somministrata ai diportisti dal primo reddito metro di marca Democrazia cristiana. Cambiarla per arrivare al nuovo Codice era costata una fatica immane, con le nuove definizioni di natanti e leasing. Era una legge che nel titolo conteneva la missione di aiutare l'indu-

stria nautica. Era stata un'operazione di consenso che aveva unito destra e sinistra. Le radici piantate dal presidente della Regione Liguria, Claudio Burlando, sono diventate albero con i governi successivi e il nuovo Codice è statovotato da entrambi schieramenti. Giova ricordarlo perché sembra che tutto lo abbiano dimenticato e soprattutto si siano dimenticati i frutti economici, l'occupazione creata. Il colpo di spugna dei controlli e della ri-lettura delle intenzioni del legislatore in termini restrittivi per portare a casa un po' di tasse precipita la nautica verso un periodo oscuro, cui bisogna presto porre rimedio e che costerà, in termini sociali, molto di più del magro incasso. Ancora una volta l'Italia nega nei fatti il valore del turismo, e del turismo marittimo.

Ci sono colpe? Sì, l'industria nautica si è aggrappata, nella comunicazione soprattutto, alla parola lusso come alla coperta di Linus: che fossero barche, megayacht o gommoni è stato tutto lusso. Chi ha fatto porti ha voluto anche il cemento a terra, aprendo una ferita nell'immagine pulita e rendendo possibile l'uso della parola speculazione. Adesso siamo a caccia della barca nuova, utilizzando il termine abusato "barca anticrisi". E le nuove forme, la ricerca imposta dalla crisi si vede. Ci sono buoni esempi di ricerca e prodotti che si inseriscono bene nel tema. Qualche pillola ci conferma che sono i grandi cantieri a proporre innovazione vera, nel significato "industriale". La regina dello stile *low energy* è il nuovo Picchiotti Exuma, un explorer affilato che consuma poco e confer-

ma una tendenza ripresa in oggetti lontani come dimensioni, come il Magellano 50 di Azimut, ma vicini nello spirito. La tradizione dei motoryacht italiani si apprezza bene nel Ferretti 800, Azimut 64 e Abacus 76 disegnato da Fulvio De Simoni, Sarnico Grande di Nuvolari e Lenard è un open quasi fly. Lo stesso studio ha fatto una grande lavoro con il Montecarlo 76, il tutto italiano del gruppo Beneteau. Nella vela sono ancora i francesi a proporre rivoluzione e contenuti: il Beneteau Sense 50 mette insieme una carena per planate oceaniche con interni di grande abitabilità. Per chi invece ama la crociera totale c'è il nuovo Amel 64, che riprende tante vecchie abitudini ma con un impianto nuovo, e poi il Sun Odyssey 409 e il First 30.