

Il caso /1. Tra i punti di forza le sinergie con il settore del legno-arredo

La nautica vince con il design

MILANO

Insieme a Stati Uniti e Inghilterra, l'Italia è sul podio dei produttori mondiali di nautica da diporto, con 2,5 miliardi di fatturato nel 2014, di cui almeno i tre quarti soddisfano la domanda estera. Tuttavia, il piacere dello yachting, nei Paesi emergenti, va ancora in parte costruito.

In particolare l'Italia è il primo esportatore mondiale nel comparto della cantieristica con una quota di mercato di quasi il 22% nel 2014. Il comparto cantieristica rappresenta più della metà (53,9% nel 2014) del fatturato totale del settore, perchè la restante parte è coperta, in ordine di im-

portanza, da accessori, motori, refitting e riparazione.

La forza della filiera della nautica da diporto (cantieristica, componentistica e motoristica), è anche quella di creare sinergie. Innanzitutto, con il design. Ci sono aziende italiane del legno-arredo quasi interamente dedicate agli interni per la nautica. Ma sinergie nascono anche con il settore immobiliare e turistico.

Secondo un recente studio dell'Osservatorio nautico nazionale, un superyacht lascia sul territorio, ogni anno, in media quasi un milione di euro soltanto in manutenzione e approvvigionamenti (carburante a parte). È per

questa ragione che nazioni emergenti nel settore della nautica, in primis la Cina, hanno deciso di investire sull'hardware (cioè su porti e marina).

Tuttavia, la cultura della nautica non si improvvisa. In alcuni mercati emergenti, i regolamenti in materia di navigazione rappresentano una sfida da gestire per riuscire a diffondere l'interesse verso l'utilizzo di una barca. Mentre, per le imprese italiane, una sfida è anche la logistica di trasferimento in loco, soprattutto per i mercati molto distanti geograficamente e per gli yacht di dimensioni importanti.

L.Ca.