



Produzione - Nautica

**DINAMICHE E PROSPETTIVE
DI MERCATO DELLA FILIERA
NAUTICA DEL DIPORTO**

SECONDA EDIZIONE - ANNO 2013

*Un strumento per comprendere il settore e per l'orientamento delle
Aziende e delle Istituzioni nella definizione delle strategie future*





Produzione - Nautica

**DINAMICHE E PROSPETTIVE
DI MERCATO DELLA FILIERA
NAUTICA DEL DIPORTO**

SECONDA EDIZIONE - ANNO 2013

*Un strumento per comprendere il settore e per l'orientamento delle
Aziende e delle Istituzioni nella definizione delle strategie future*

CNA Produzione Nazionale

Origini e obiettivi della Ricerca

Questo studio vuole porsi in continuità con il rapporto di ricerca “Dinamiche Economiche, Valori e Competenze delle Imprese della Produzione Nautica in Italia” che CNA Produzione promosse e realizzò nel 2011/2012 con il supporto tecnico-scientifico del Centro di ricerche Eures e dell’Ufficio Studi della CNA Nazionale. Una ricerca che riscosse notevole interesse tra gli operatori del diporto nautico e tra la stampa specializzata di settore, con citazioni anche su autorevoli riviste internazionali (a partire dalla presentazione in anteprima al Mets di Amsterdam 2011), per l’accuratezza della metodologia d’indagine e per il fatto di aver messo al centro dell’analisi quel segmento della filiera costituito dalle tante aziende artigiane e PMI della subfornitura, della componentistica specializzata e del refitting che prima di allora solo marginalmente avevano ricevuto spazio negli studi relativi al settore.

Un universo di aziende, prevalentemente di piccolissima dimensione, ma caratterizzate da forti competenze tecniche e sovente da rilevante capacità progettuale sul piano dell’innovazione tecnologica; dato che, notoriamente, caratterizza la filiera italiana della nautica da diporto producendo una integrazione funzionale tra cantiere e rete dei fornitori e componentistica.

Già nel 2011 la nautica da diporto italiana si trovava purtroppo nell’occhio del ciclone di una crisi internazionale che metteva in discussione certezze che sembravano acquisite e che mortificava pesantemente ogni prospettiva di crescita. Una crisi che ha generato nel settore processi selettivi e di forte ridimensionamento sul piano dei volumi produttivi, della redditività, dell’occupazione complessiva, determinando in molti casi la chiusura o la trasformazione traumatica degli assetti societari in gruppi storici della cantieristica. Un crollo della domanda interna di nuove imbarcazioni che ha colpito soprattutto la piccola nautica e tutta la correlata rete del service post vendita, anche per l’effetto di un clima generale negativo favorito da atteggiamenti e provvedimenti legislativi che certamente non si sono mossi in funzione “anticiclica”.

Oggi ci troviamo ancora in una situazione ben poco tranquillizzante. Il quadro complessivo della produzione nautica nazionale evidenzia in proiezione quinquennale una caduta verticale di circa il 60% del fatturato (che passa dai 3822 milioni di euro del 2008 ai 1297 dell’ultimo rilevamento disponibile sul 2012). Come si scriveva poc’anzi le cause sono principalmente ascrivibili al calo vistoso del mercato nazionale, compensato solo in minima parte da una maggior tenuta sui mercati internazionali. Davanti a questi dati, che ormai sarebbe davvero improprio definire di natura “congiunturale”, è cresciuta in questi ultimi anni la consapevolezza tra gli operatori che ben difficilmente sarà possibile tornare nel medio termine ai livelli di fatturato “pre-crisi”.

Tuttavia, già la prima edizione della ricerca metteva in evidenza la grande capacità reattiva dei nostri piccoli imprenditori della filiera e la loro voglia di rispondere alle difficoltà e alle nuove sfide dei mercati attivando tutte le leve strategiche del cambiamento. Ci troviamo quindi in presenza non di un settore “maturo”, bensì di un settore capace di cogliere e costruirsi nuove opportunità di sviluppo.

Questa seconda fase d’indagine, che si è mossa secondo quel principio di “work in progress” che come CNA Produzione avevamo già precisato due anni fa voler ispirare il nostro impegno, amplia ulteriormente il campo d’indagine all’intera filiera e ai principali fattori di mercato che possono determinarne le prospettive di ripresa e di sviluppo futuro. Lo fa con dati molto aggiornati sulla situazione del mercato nautico e con dati ricavati da fonti specializzate autorevoli e, nel contempo, talvolta poco utilizzate in altri studi.

Oltre ad una accurata analisi del mercato dei grandi yacht, che mostra dinamiche sostanzialmente diverse da quelle del mercato complessivo con una riconferma di leadership globale della cantieristica italiana in termini di ordini, viene fornita un'analisi completa della realtà rappresentata dai servizi connessi al grande yacht operativo, dal refit&repair all'assistenza da parte delle agenzie di yachting ed alle società di servizi turistico-nautici.

Viene poi sviluppato un innovativo approfondimento sul tema della piccola e media nautica, con un'attenzione particolare agli effetti della crisi a livello di filiera produttiva, tanto nella catena a monte della cantieristica, quanto sui servizi a valle rivolti sia alla piccolo-media nautica che ai grandi yacht. Un intero capitolo viene poi dedicato al tema degli eventi fieristici specializzati per la nautica, per i quali viene fornito con valutazioni e statistiche aggiornate un quadro dettagliato dei principali saloni nautici internazionali e nazionali, analizzando le problematiche che in futuro potranno caratterizzarne l'evoluzione; ciò in un'ottica di razionalizzazione ed integrazione sinergica dei vari eventi che secondo la nostra Organizzazione di Categoria si manifestano ormai da troppo tempo come passaggi assolutamente inderogabili.

Lo studio non poteva poi fare a meno di analizzare anche il fenomeno, in forte crescita nel nostro Paese, delle aggregazioni d'impresa tramite le Reti, fornendo una casistica di esperienze che già esistono nel comparto nautico con diverse finalità (da quelle "verticali", a quelle territoriali fino alle nuove esperienze in atto di "ventures" estere).

Infine, sempre in quell'ottica di continuità e progressiva implementazione dell'indagine che come CNA Produzione abbiamo esplicitato fin dall'origine, questa edizione 2013/2014 analizza con specifici "focus" la realtà di mercato di due regioni italiane prese a campione, Veneto e Toscana, che non solo per ragioni geografiche si pongono davvero su poli diametralmente opposti per le proprie caratteristiche di mercato: più orientata ai servizi e al mercato interno la prima, più tipicamente collegata alla produzione dei grandi yacht e ad una filiera produttiva numerosa e tecnicamente molto qualitativa la seconda.

Per concludere questa breve presentazione ci auguriamo davvero che la ricerca venga conosciuta e apprezzata da tutti gli operatori e che possa aiutarli in qualche modo ad orientare le proprie scelte imprenditoriali, nella speranza che tornino al più presto giorni migliori per tutta la nautica da diporto italiana.

Buona lettura

Gaetano Bergami - *Presidente Nazionale CNA Produzione*

Andrea Giannecchini - *Presidente CNA Nautica Toscana*

Giancarlo Gamberini - *Responsabile Nazionale CNA Produzione*

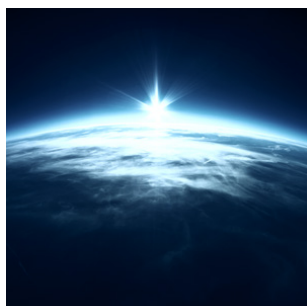
Indice



0

INTRODUZIONE

pag. 7



1

NAUTICA MONDIALE NEL SUO COMPLESSO

pag. 11



2

ANALISI DEL MERCATO DEI GRANDI YACHT

pag. 17



3

ANALISI DEL MERCATO ITALIANO

pag. 65

- 2.1** Il Mercato del lusso
- 2.2** Flotta mondiale dei grandi yacht
- 2.3** Cantieristica dei grandi yacht
- 2.4** Charter internazionale dei grandi yacht
- 2.5** Valutazioni economiche di indotto
- 2.6** Traffico dei grandi yacht in Italia
- 2.7** Il Refit & Repair dei grandi yacht
- 2.8** Il Consumatore
- 2.9** Analisi comparata industria e mercati globali grandi yacht

- 3.1** Produzione nazionale e cantieristica
- 3.2** Flotta immatricolata in Italia
- 3.3** La piccola media nautica
- 3.4** Fabbisogni formativi del settore



4

**SALONI ED EVENTI
NAUTICI**

pag. 91



5

**RETI D'IMPRESA
DELLA NAUTICA**

pag. 101

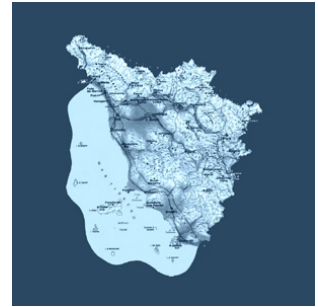


6

**OSSERVATORIO
NAUTICO VENETO**

*in collaborazione con
Osservatorio Nautico Veneto*

pag. 105



7

**FOCUS REGIONE
TOSCANA**

*in collaborazione
con NAVIGO*

pag. 111



Introduzione

IL QUADRO ECONOMICO GENERALE (FONTE: RAPPORTI ISTAT 2012-2013)

INTERNAZIONALE

Il quadro economico internazionale ha registrato nei mesi estivi del 2013 un'ulteriore, decisa decelerazione. Sia nei paesi industrializzati, sia nelle economie emergenti, gli indici anticipatori non evidenziano una chiara inversione del ciclo.

Le banche centrali sono orientate al mantenimento di condizioni monetarie espansive tanto in Europa quanto negli Stati Uniti, mentre nella maggior parte dei paesi, le politiche fiscali di segno restrittivo continueranno a perseguire l'obiettivo del risanamento dei bilanci pubblici.

Negli Stati Uniti, il tasso di crescita del Pil del 2013 (+2,1%) rimane in linea con quello del 2012 (+2,3%) sotto l'ipotesi del rinnovo delle misure fiscali di stimolo in scadenza a fine anno.

L'area dell'euro sperimenta, invece, una contrazione del prodotto per l'anno in corso (-0,5%), seguita da un lieve aumento nel 2013 (+0,1%) determinato da un secondo semestre in moderata accelerazione.

L'andamento più dinamico dell'economia statunitense rispetto a quella europea conduce, anche per il 2013, a un lieve apprezzamento in media d'anno del dollaro verso l'euro (di circa lo 0,6%), dopo quello più consistente del 2012 (circa 7,6%).

Il rallentamento delle economie avanzate si è trasmesso alle aree emergenti attraverso un deterioramento del clima di fiducia e una sostanziale decelerazione degli scambi mondiali. Anche in Cina, peraltro, l'attività economica ha subito un notevole rallentamento, con una decelerazione nella dinamica delle esportazioni e degli investimenti.

Più in generale le prospettive a medio termine per le economie emergenti sembrano legate principalmente alla capacità di attuazione di azioni di stimolo da parte delle politiche economiche. L'insieme di questi effetti sta determinando una decelerazione del Pil di queste economie: +4,7% nel 2013, rispetto al +5% nel 2012 e al +6,2% del 2011.

Ad una graduale ripresa del ciclo economico internazionale è anche legata la previsione di una più vivace dinamica degli scambi mondiali. Il commercio mondiale in volume aveva registrato, già per l'intero 2012 la performance più modesta dell'ultimo decennio (2,5%), se si esclude la forte riduzione del 2009. Per il 2013 l'incremento del 4,7% risulta compatibile con un profilo di moderata crescita degli scambi.

UN MONDO A 3 VELOCITÀ

A livello economico tutti i dati ormai evidenziano 3 macro aree mondiali che registrano performances e scenari decisamente diversificati

- Area BRICS: (Brasile, Russia, India, Great China, Sud Africa) e alcune nazioni del Centro-Sud America, ancora forte sviluppo e tassi di crescita a due cifre.
- Area USA: rimane ancora il riferimento mondiale e prima economia del pianeta. Economia matura ma grazie alle prospettive di stabilità politica seguente le recenti elezioni presidenziali si stima potrà mantenere nel prossimo quinquennio tale ruolo.
- Area Euro - Vecchio Continente: Crisi evidente (occupazionale, di crescita, mancanza di chiare politiche unitarie monetarie, economiche, sociali) dovuta principalmente, anche in questo ambito, a squilibri tra i vari paesi aderenti ed anche qui a 3 diverse velocità:
 1. *Paesi emergenti (ex area Est Europea) dove si sta rapidamente recuperando il gap dei decenni trascorsi anche grazie alle forti delocalizzazioni produttive che provengono dai Paesi ad economie più mature, alla ricerca di minor costo della produzione*
 2. *Europa Centro Nord e Regno Unito, economie comunque sane che impongono ai Partners più deboli politiche di rigore che, mantenendo la massima attenzione al controllo del debito globale, inibiscono la crescita economica, i consumi e l'occupazione*
 3. *Area Mediterranea (Italia, Spagna, Portogallo, Grecia) il cui drastico ed inarrestabile rallentamento rischia di sconvolgere l'intera area dell'Unione Europea sia da un punto di vista economico che di unità politica e monetaria.*

ITALIA

La caduta del Pil iniziata nel terzo trimestre del 2011 è purtroppo proseguita, con intensità sempre più contenute, fino al quarto trimestre del 2013: la durata della crisi attuale finisce così per superare sia quella del biennio 2008-09 (5 trimestri) sia quella del periodo 1992-93 (6 trimestri).

EXPORT

La domanda estera netta risulterebbe la principale fonte di sostegno alla crescita, con un contributo rispettivamente pari a 2,8 e a 0,5 punti percentuali nei due anni considerati.

Nel 2013 la domanda estera proveniente dai mercati dell'Unione europea (UE) ha mostrato soltanto un moderato miglioramento a seguito di una ripresa dei livelli di fiducia, mentre le economie esterne all'area UE guidano ancora l'evoluzione del commercio internazionale. Le esportazioni complessive sono risultate in ulteriore marcata decelerazione nel 2012 (+1,3%), per poi guadagnare lievemente in intensità nel 2013 (+2,4%).

La geografia degli scambi continuerà a operare in senso avverso all'export del nostro Paese: i mercati di sbocco dell'Italia, infatti, sono attesi crescere meno del commercio complessivo, il che determinerebbe una nuova flessione della quota di mercato in volume delle esportazioni italiane sul commercio mondiale.

In tempi difficili, trovare valide ricette anti-crisi è un must per le imprese: per le PMI, una scelta vincente è quella di puntare sulle esportazioni di prodotti Made in Italy verso i paesi emergenti. Le stime sono confortanti: +48% entro il 2017, per un valore di 136 miliardi di euro ed un incremento di 44 miliardi.

La presenza delle PMI sui mercati esteri è, del resto, già ora molto più significativa di quanto possa sembrare: si calcola ad esempio che nel solo campo della fabbricazione di macchinari e attrezzature vi siano quasi 15000 PMI che già operano stabilmente con l'estero. Un contributo delle PMI al fatturato complessivo dell'export italiano che nel cosiddetto "Made in Italy" risulta prossimo al 70%, mentre il contributo delle piccole medie imprese alle esportazioni nel manifatturiero raggiunge ormai il 55% del totale. Il report "Esportare la dolce vita" di Centro Studi Confindustria e Prometeia, analizzando questo mercato ha individuato criticità e opportunità per la crescita delle imprese: «entrare nei nuovi mercati può essere difficile per le PMI italiane, considerate le grandi distanze geografiche e talvolta culturali da colmare per raggiungerli, soprattutto i giganti asiatici», si legge nello studio. Ma «un'attenta valutazione delle potenzialità dei consumi, la scelta dei veicoli ottimali di promozione e il vaglio delle eventuali barriere commerciali sono punti di partenza fondamentali per rinnovare una storia di successo».

La definizione di prodotti "belli e ben fatti" (BBF) riguarda un preciso segmento di mercato: prodotti di fascia medio-alta, ma non ancora di lusso, dei **settori alimentare, abbigliamento e tessile-casa, calzature, arredamento, nautica di lusso**. Un sottoinsieme del Made in Italy che valeva 51 miliardi di euro a fine 2011, pari al 14% delle esportazioni manifatturiere totali italiane. Il 36% viene dall'alimentare, il 32% dall'abbigliamento e tessile casa, il 14% dalle calzature e il 18% dai beni d'arredo.

IMPORT

Già nel 2012, le importazioni complessive si erano ridotte in misura significativa (-7,9%), riflettendo la drastica riduzione dei consumi privati e degli investimenti e la frenata dell'export. Nel 2013, gli acquisti all'estero hanno mostrato un moderato recupero (+0,9%), attivato dalla ripresa delle esportazioni e dal miglioramento della spesa per investimenti in beni strumentali.

Alla luce di tali andamenti e di una moderata evoluzione dei corrispondenti deflatori, il saldo positivo tra esportazioni e importazioni si attesta, nella media del 2012, a circa l'1% del Pil e poi salire all'1,5% nel 2013, a sintesi di un surplus della bilancia commerciale e di un disavanzo di quella dei servizi.

Il contributo della domanda interna al netto delle scorte è previsto rimanere negativo sia nel 2012 (-3,6 punti percentuali) sia nel 2013 (-0,9 punti percentuali).

La spesa privata per consumi registrerebbe nell'anno in corso una contrazione del 3,2%. Nel 2013, la spesa dei consumatori è risultata ancora in calo (-0,7%), a seguito delle persistenti difficoltà sul mercato del lavoro e della debolezza dei redditi nominali.

Gli investimenti fissi lordi diminuirebbero del 7,2% nel 2012, per effetto di una forte riduzione da parte delle imprese e delle amministrazioni pubbliche.

Nel 2013, le prospettive di una ripresa del ciclo produttivo e il graduale miglioramento delle condizioni di accesso al credito hanno portato ad un rallentamento della caduta (-0,9%).

La maggiore partecipazione al mercato del lavoro osservata a partire dalla fine del 2011 è alla base del rilevante incremento del tasso di disoccupazione registrato pari al 10,6% per il 2012.

Nel 2013 il tasso di disoccupazione è ulteriormente salito, attestandosi al 11,4%, a causa del contrarsi dell'occupazione, fenomeno cui si dovrebbe accompagnare un aumento dell'incidenza della disoccupazione di lunga durata.

Il rallentamento del commercio mondiale e il possibile riacutizzarsi delle tensioni sui mercati finanziari costituiscono i principali fattori di rischio al ribasso per queste previsioni.

Analizzando le differenze tra l'attuale quadro di previsione e quello già presentato a maggio 2012, il tasso di crescita del Pil italiano è stato, come noto, rivisto al ribasso per otto decimi di punto nel 2012 e di un punto percentuale nel 2013. Tali differenze sono in parte dovute alle nuove ipotesi sul commercio mondiale e alla revisione delle serie di contabilità nazionale.

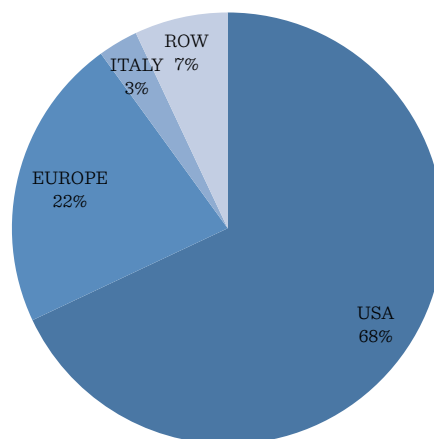


1

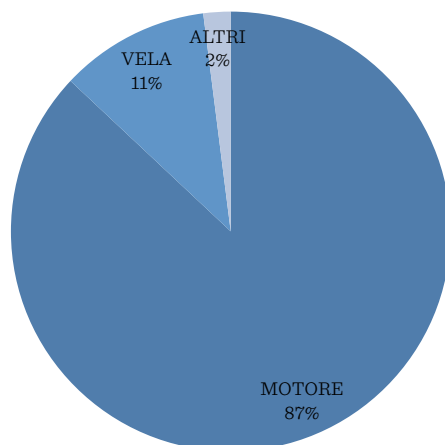
Nautica Mondiale nel suo complesso

Le valutazioni sul parco nautico complessivo a livello globale, constano come noto di dati stimati, non sempre aggiornati, che tuttavia risultano utili a tracciare una fotografia di massima tanto della collocazione delle flotte di unità da diporto nel mondo, quanto di conseguenza di quei settori di mercato che risultano oggi più evoluti in un comparto che a livello globale risulta comunque il più giovane nel contesto marittimo.

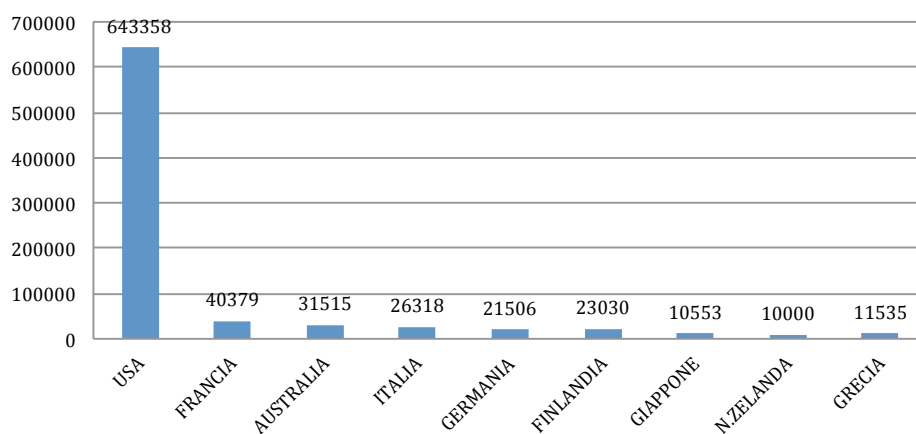
Le più recenti stime di ICOMIA (analisi 2012/2013) circa la composizione complessiva del parco nautico, confermano la prevalenza del mercato USA con un 68%, nei confronti di quello EU che si attesta sul 25%.



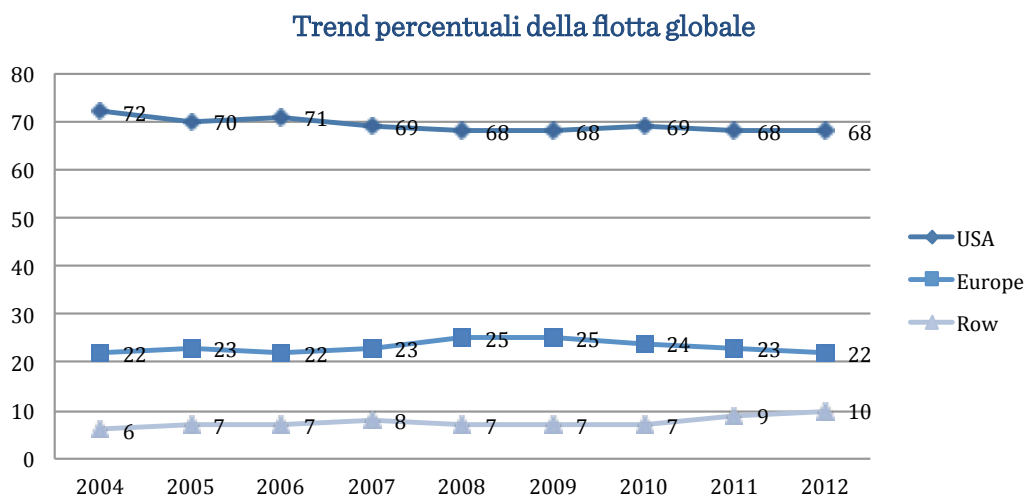
Di interesse anche l'analisi del parco nautico complessivo per tipo di unità. La prevalenza del motore, con una percentuale pari al 87%, appare ormai da molti anni una costante.



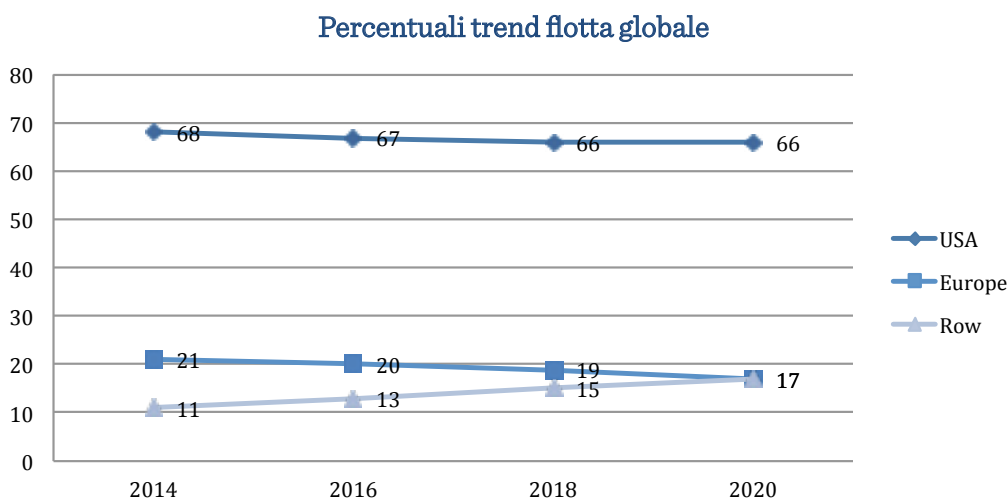
Le stime sulla produzione complessiva mondiale, appaiono necessariamente generiche e purtroppo poco aggiornate. A titolo indicativo, viene raffigurato lo schema relativo alla produzione mondiale 2009/2010 che veniva ipotizzata in circa 800,000 unità, 88% delle quali a motore, e che attestava l'Italia al 2o posto nel valore della produzione, ed al 4o posto per numero di imbarcazioni costruite. Se tale valutazione ha certamente subito un'ulteriore contrazione nell'ultimo anno, le stime ICOMIA che indicavano in 6.000 le aziende (cantieri) a livello globale, non appaiono oggi sensibilmente mutate. I recenti rapporti che emergono dalle news dei media specializzati (IBI, Boating Industry, Showboat Int., The Yacht Report) e dalle principali Associazioni di Categoria dei Paesi produttori, indicano un sensibile calo quantitativo e di fatturato della produzione a livello mondiale, ma una sostanziale tenuta dei "brand" produttori.



Interessante osservare il trend nei rapporti tra i Paesi per la consistenza della flotta globale. L'andamento nell'ultimo decennio mostra una certa costante tra Europa e Nord America, con un piccolo nell'ultimo biennio a favore dei "Paesi terzi".

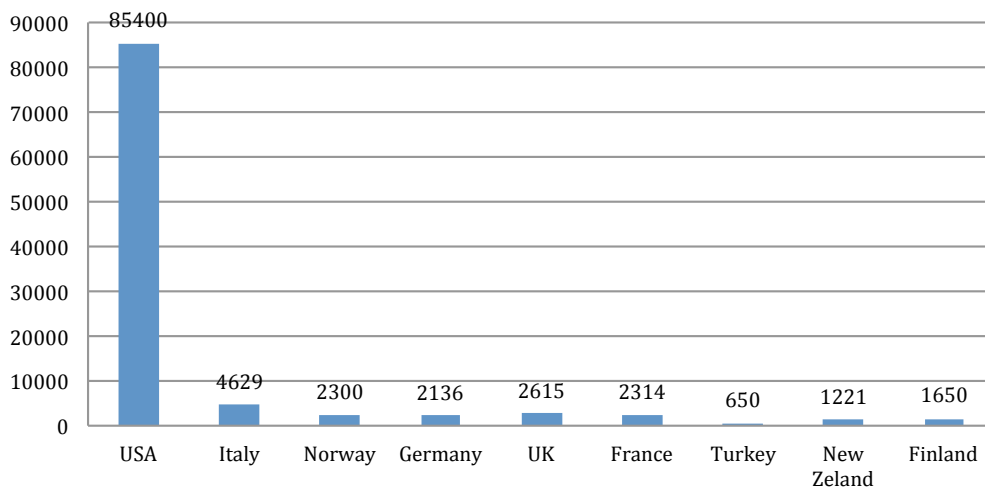


Sulla base di tali mutati rapporti nel biennio ed osservando il fenomeno dei Paesi emergenti a livello globale nella nautica (Brasile e Sud America in genere, Cina e Sud Est Asiatico), si può pertanto giungere a formulare una previsione per il successivo decennio.



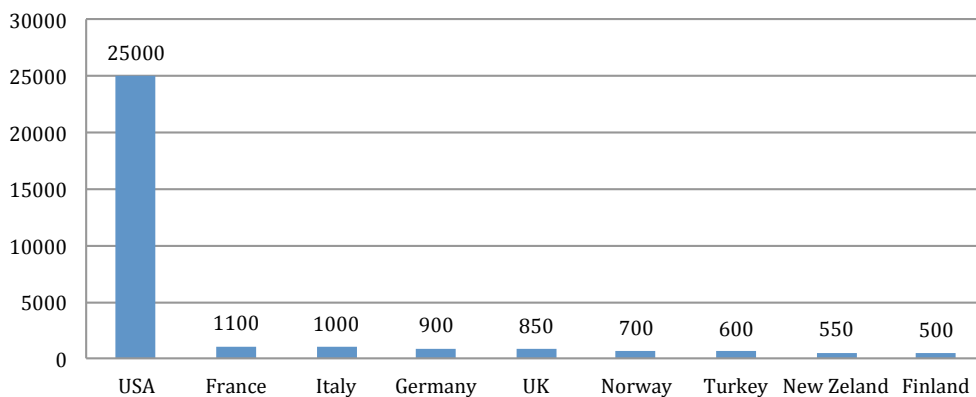
Sono stati anche raccolti i dati relativi più specificamente alla produzione in valore assoluto di unità provviste di motorizzazione entrobordo ed entrofuoribordo a livello globale. In questo caso può risultare particolarmente interessante confrontare la produzione registrata nel 2007 con quella del 2012. Gli effetti della crisi a livello globale sono evidenti.

Stima produzione mondiale 2007 nazioni top ten (unità eb/efb)



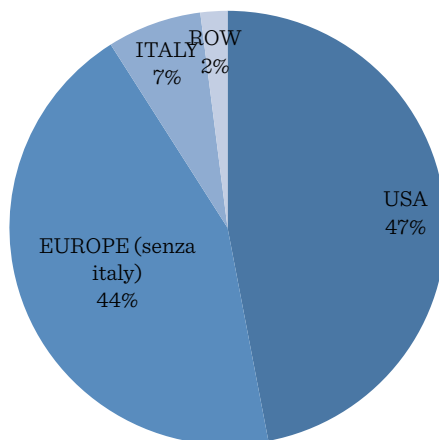
Un'ulteriore importante valutazione riguarda la ripartizione dei marina e dei relativi posti barca a livello globale.

Stima produzione mondiale 2012 nazioni top ten (unità eb/efb)

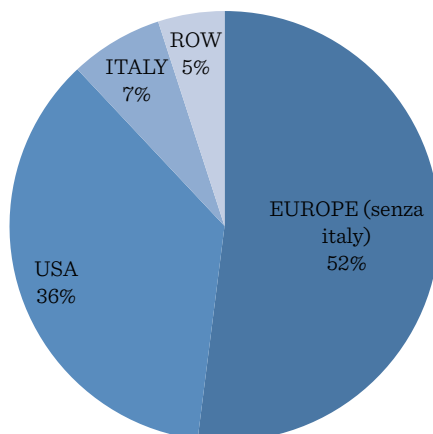


Un ulteriore importante valutazione riguarda la ripartizione dei marina e dei relativi posti barca a livello globale.

Distribuzione globale marina



Distribuzione globale posti marina





2

Analisi del mercato dei grandi yacht

*2.1 Il mercato del lusso**

**(fonte: Studio Bain & Company – Fondazione Altagamma)*

Il settore mondiale dei beni di lusso continua a salire nonostante la crisi internazionale

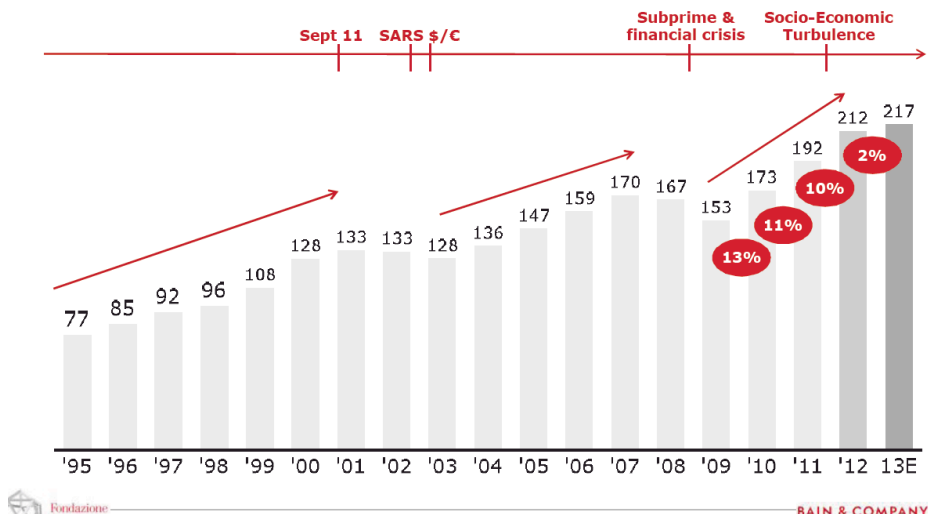
L'osservatorio mondiale altagamma sui mercati del lusso 2013, prevede che nel 2013 il mercato dei beni personali di lusso sarà cresciuto del 2% (6% a tassi costanti) arrivando a 217 miliardi di euro a tassi di cambio correnti.

Invertendo la tendenza degli ultimi anni, la regione delle Americhe nel 2013 è tornata ad essere leader di crescita nell'acquisto di beni di lusso, con una crescita del 4% rispetto al 2012, superando la Cina, in crescita del 2,5%.

Un ritmo costante di aperture di negozi nelle città secondarie degli Stati Uniti, unito all'acquisto dei beni di lusso da parte di un numero sempre crescente di cinesi in visita nelle città della costa occidentale (Las Vegas, Los Angeles), ha trainato la crescita della regione.

The first moderation since 2009 financial turmoil; luxury market leaves behind double-digit growth

WORLDWIDE PERSONAL LUXURY GOODS MARKET TREND (1995-2013E) | €B



Tuttavia, è importante notare che le fluttuazioni delle valute hanno avuto un impatto significativo sulla crescita che, a cambi costanti, avrebbe invece raggiunto il 6% in lieve crescita rispetto al +5% dell'anno scorso. L'importante svalutazione dello yen è causa di oltre la metà di tale divario.

Al di là delle Americhe, lo studio evidenzia significative differenze regionali nel mercato mondiale:

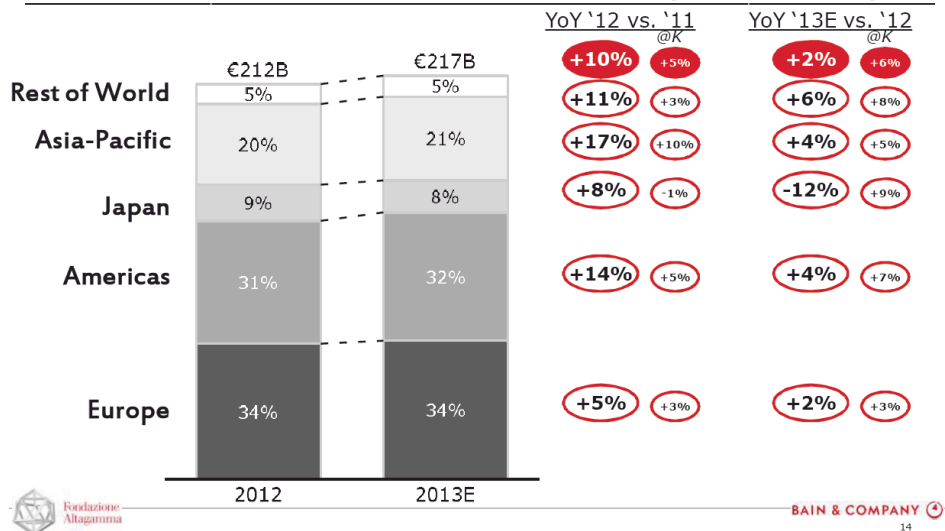
- L'Europa vedrà il 2% di crescita, con un aumento degli acquisti da parte dei turisti che contro-bilanciano con il rallentamento, in alcuni casi riduzione, della spesa dei consumatori locali europei. I turisti rappresentano metà del mercato in Italia, il 55% nel Regno Unito e il 60% in Francia.
- Il Giappone subirà un calo del 12%, sebbene in termini reali il consumo giapponese aumenti del 9% dopo molti anni di stagnazione. Il forte deprezzamento dello yen ha penalizzato i risultati dei brand, anche se i consumatori in realtà sono tornati ad "affollare" i negozi del lusso.
- La crescita del 4% della Greater China include un gap nelle performance tra Mainland China, che crescerà al 2,5% e Hong Kong e Macao, che sempre più catturano lo shopping cinese in quanto mercati turistici più vicini e convenienti. Nel complesso, i consumatori cinesi si confermano come prima nazionalità del lusso, raggiungendo quasi il 30% del mercato globale, tra consumo locale e turistico.
- Il Sud-Est asiatico è ormai diventato la nuova "Asia emergente", con una crescita dell' 11%, non solo all'interno del nucleo storico di Singapore, ma anche in Malesia, Indonesia, Vietnam e Thailandia.
- Il Medio Oriente registra una buona performance, mostrando un 5% di crescita. Dubai è sempre la più importante shopping destination dell'area, mentre l'Arabia Saudita si conferma il secondo più grande mercato del lusso della regione.
- L'Africa emerge come area ad elevata attrattività come territorio ad alto potenziale come spending potenziale, con l'11 % di crescita e la nascita di nuovi mercati come l'Angola e la Nigeria, oltre ai mercati più consolidati di Marocco e Sud Africa.

Il diagramma testimonia l'inversione di tendenza nella leadership tra le Americhe e l'Asia.

In 2013 for the first time Americas surpassed Asia as luxury's main growth engine



WORLDWIDE LUXURY GOODS MARKET BY AREA (2012-2013E|€B)

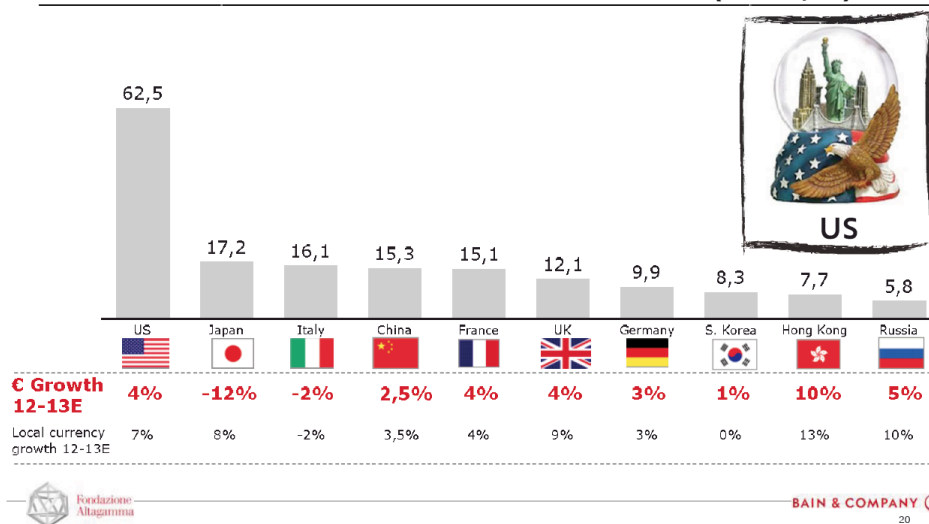


La Cina guadagna la 4° posizione nel ranking mondiale e si avvicina significativamente all'Italia

Mainland China surpassing France, gaining a 4th position globally, just slightly behind Italy



PERSONAL LUXURY GOODS - TOP 10 COUNTRIES (2013E|€C)



Le vendite online continuano a crescere a doppia cifra, arrivando al 28% di crescita annuale e raggiungendo quasi i 10 miliardi di euro, circa il 5% delle vendite totali del mercato dei beni di lusso e comparabile ai ricavi di tutta la Germania. Questo livello di penetrazione dell'online sta spingendo le aziende a trattare questo canale come parte integrante della propria strategia globale, piuttosto che come fonte occasionale di business opportunistico. La categoria più performanti on-line sono è quella delle calzature, soprattutto da donna.

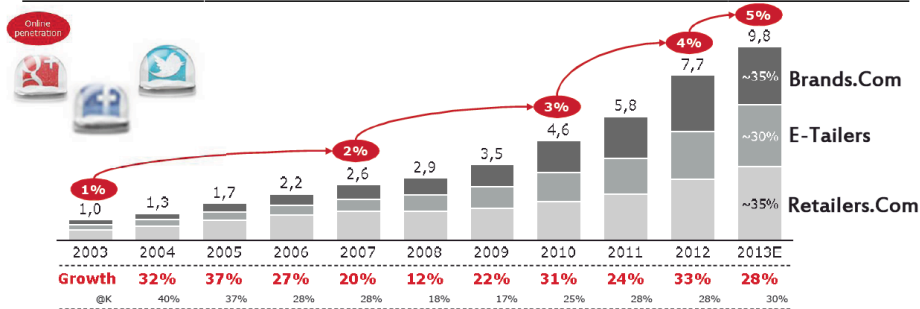
Inoltre, lo studio rileva che gli accessori, tra cui pelletteria e calzature, sono definitivamente diventati il più grande segmento del lusso personale, segnando un +4% nel 2013 per raggiungere il 28% del totale del mercato. Per contro, l'abbigliamento è ora un quarto del mercato e cresce all'1%. Profumi, cosmetici e hard luxury invece concluderanno l'anno con un 2% di crescita.

L'istogramma evidenzia la corsa inarrestabile delle vendite on line, decuplicate nell'ultimo decennio

The unstoppable run of online luxury: 10x in 10 years with brands striving to seize the channel's value



ONLINE PERSONAL LUXURY GOODS MARKET TREND (2003-2013E|€B)



- After years of marginal efforts, **brands are aggressively entering the online arena, leveraging internet for both sales and communication**
 - Over **5,000** country-based **online stores**
 - However, **40% of brands still do not sell online**
 - **M-commerce** represents almost **1/3 of traffic** and **over 10% of sales** for some brands
- **Off-price segment still represents around 30% of the market**, pushed by **blossoming flash sales sites** and in-season promotions by **department stores**



BAIN & COMPANY

10

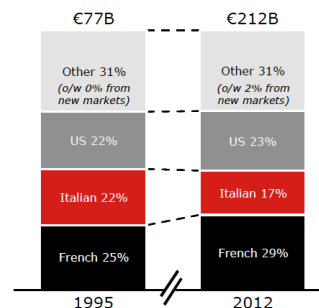
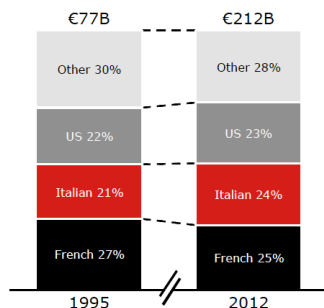
Lo studio evidenzia, inoltre, che nel lungo periodo i brand italiani hanno conquistato quota di mercato, passando dal 21% del 1995 al 24% di oggi, quasi eguagliando la quota del 25% dei brand francesi. Ma in un mercato che si sta consolidando, sono le holding francesi a rappresentare la forza trainante controllando oggi il 29% del mercato rispetto al 25% del 1995.

Luxury market is in the hands of the same three key nationalities in terms of brands and owners



LUXURY GOODS MARKET BY BRAND NATIONALITY (1995 VS. 2012|€B)

LUXURY GOODS MARKET BY OWNER NATIONALITY (1995 VS. 2012|€B)



Italian brands have gained the largest share...

...but French players have acquired most of them



BAIN & COMPANY

30

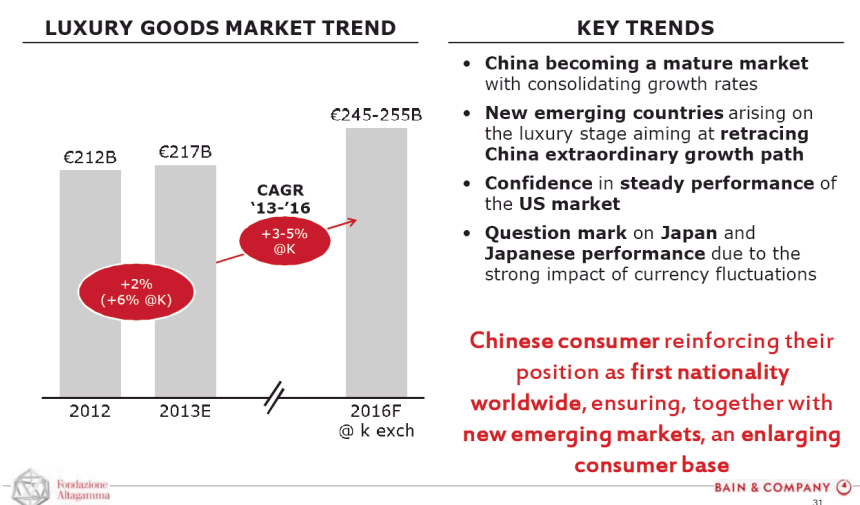
KEY TRENDS : FONDAMENTALI FORTI ANCORA NEL MEDIO TERMINE

L'analisi di tendenza a medio termine del mercato globale del lusso pone i seguenti elementi cardine:

- La Cina assume i connotati di un mercato maturo grazie a percentuali di crescita consolidate
- Nuovi Paesi emergenti mostreranno percentuali di crescita straordinarie sulla scia tracciata dalla Cina
- Mantenimento di performances stabili nel mercato Statunitense
- Il mercato Giapponese mantiene connotazioni incerte a causa delle forti fluttuazioni valutarie

In sintesi, il consumatore cinese insieme a quello dei mercati emergenti si conferma il più importante a livello globale.

Healthy expectation for the medium term

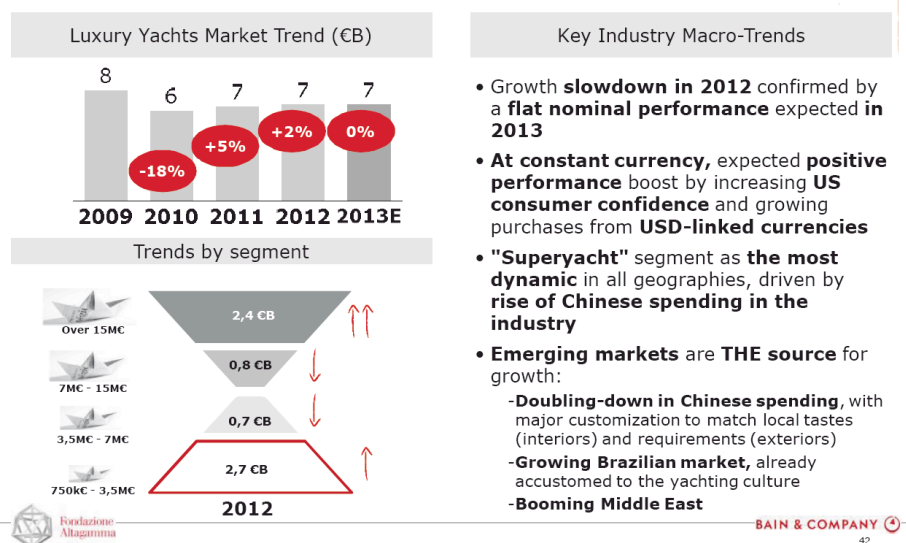


FOCUS SETTORE YACHT

Il rapporto evidenzia la sostanziale stabilità del mercato degli yachts a livello globale per il quale si possono evidenziare i seguenti elementi :

- Rallentamento della crescita nel 2012 e sostanziale stabilità nel 2013
- Sono attese performances positive sul mercato Usa (e su tutti i mercati dell'area dollaro) avvalorate dalla cresciuta fiducia del consumatore
- Area del “superyacht” quale segmento emergente supportato dalla maggiore propensione alla spesa del consumatore cinese
- Mercati emergenti :
 - Grande crescita Cinese grazie alla capacità di customizzazione (interiors e exteriors) dei brand internazionali
 - Crescita del mercato brasiliano in linea con una già esistente cultura del mare
 - Booming previsto nei mercati Medio Orientali

Yachts market flattening, with positive signs from emerging markets



DISTRUBUZIONE GEOGRAFICA HNWI (High Net Worth Individuals)*

**(Fonte: Studio MERRILL LYNCH GLOBAL WEALTH MANAGEMENT E CAPGEMINI - Giugno 2011)*

Il numero degli individui con patrimonio finanziario superiore a 1 milione di dollari (High Net Worth Individuals, HNWI) nel mondo è aumentato in termini di popolazione e ricchezza nel 2010, superando i livelli pre-crisi del 2007 in quasi tutte le regioni,

La crescita della popolazione e della ricchezza degli HNWI globali ha raggiunto livelli più stabili nel 2010, con la popolazione degli HNWI in aumento dell'8,3% a 10,9 milioni e la ricchezza finanziaria degli HNWI in crescita del 9,7% a 42.700 miliardi di dollari USA (rispetto al 17,1% e al 18,9% rispettivamente nel 2009).

La popolazione globale degli individui con patrimonio finanziario di oltre 30 milioni di dollari (Ultra-HNWI) ha registrato un aumento pari al 10,2% nel 2010 e la sua ricchezza è cresciuta dell'11,5%.

Negli ultimi anni si è assistito a significative fluttuazioni nella ricchezza e nella popolazione degli HNWI.

Nel 2010, ad esempio si è registrato un rallentamento dei tassi di crescita dai livelli più alti a due cifre del 2009, in concomitanza alla rapida ripresa di molti mercati dalle significative perdite correlate alla crisi.

La popolazione globale degli HNWI è rimasta altamente concentrata negli Stati Uniti, in Giappone e in Germania che insieme rappresentano il 53,0% degli HNWI di tutto il mondo. Gli Stati Uniti sono ancora il paese con il segmento singolo HNWI più grande del mondo con i loro 3,1 milioni di HNWI, pari al 28,6% della popolazione globale degli HNWI.

«Mentre oltre la metà della popolazione globale degli HNWI risiede ancora nei primi tre paesi, la concentrazione degli HNWI si sta frammentando in modo molto graduale nel corso del tempo. La concentrazione degli HNWI in queste aree continuerà a diminuire se le popolazioni degli HNWI dei mercati emergenti e in via di sviluppo continueranno a crescere più rapidamente di quelle dei mercati sviluppati».

L'area Asia-Pacifico supera l'Europa per la prima volta sia in termini di popolazione che di ricchezza degli HNWI

L'area Asia-Pacifico ha registrato il tasso regionale di crescita più elevato della popolazione degli HNWI nel 2010. Mentre la ricchezza degli HNWI aveva già superato l'Europa nel 2009, l'area Asia-Pacifico ha ora superato l'Europa in termini di popolazione degli HNWI, con un aumento pari al 9,7% a quota 3,3 milioni, mentre l'Europa è cresciuta del 6,3% a quota 3,1 milioni. La ricchezza degli HNWI dell'area Asia-Pacifico è aumentata del 12,1% a 10.800 miliardi di dollari USA superando quella degli HNWI in Europa, pari a 10.200 miliardi di dollari USA, ove l'aumento della ricchezza è stato pari al 7,2% nel 2010.

L'area Asia-Pacifico è ora la seconda regione in ordine di grandezza sia in termini di popolazione che di ricchezza degli HNWI, seconda solo al Nord America.

Degno di nota nell'area Asia-Pacifico anche il fatto che la popolazione degli HNWI in India ha raggiunto la 12^a posizione al mondo nel 2010, entrando a far parte per la prima volta della rosa dei primi 12 paesi.

In Italia il numero di HNWI è diminuito del 4.7%

Dopo una crescita del 9.2% nel 2009, il numero di HNWI in Italia è diminuito del 4.7%, pur rimanendo a livelli superiori a quello del 2008. L'Italia rimane tra i primi dieci paesi al mondo per numero di HNWI, ma perde una posizione a vantaggio dell'Australia.

Il grafico che segue fornisce la visione più aggiornata (2012) della distribuzione geografica degli Hnwi nel mondo



COME AVERE SUCCESSO NEI PROSSIMI 10-15 ANNI? PREPARARSI AL LUSSO 2.0

“Competere nel mercato del lusso è sempre più complicato e, per alcuni aspetti, sta cominciando a somigliare sempre di più a mercati molto competitivi come quello dei beni di largo consumo. Per questo i brand devono mettere al top della loro to do list la conoscenza del consumatore. Mentre la crescita si mostra ancora solida, i brand si devono dotare di una nuova serie di strumenti scientifici mantenendo però sempre la centralità della creatività e dell’eccellenza di prodotto.”

Luxury 2.0 - Gli imperativi

- Perfetta Value Proposition.
- Approccio strategico di offerta di prodotti e posizionamento di prezzo.
- Leve Innovative di marketing.

Migliorare l’esperienza del cliente

- Segmentazione.
- Customizzazione.
- Patrocinio del ciclo virtuoso.
- Strategie di comunicazione multicanalizzate.

Raggiungere l’eccellenza operativa

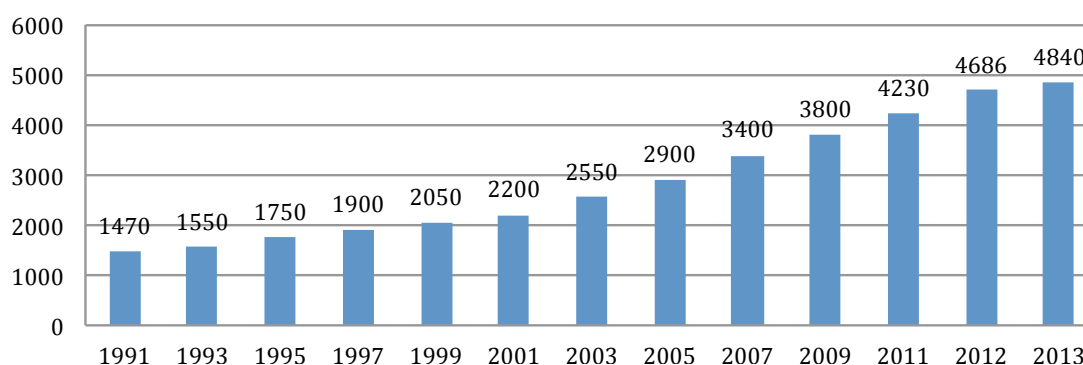
- Organizzazioni Customer-centriche.
- Retail: cultura dell’eccellenza.

2.2 Flotta mondiale dei grandi yacht

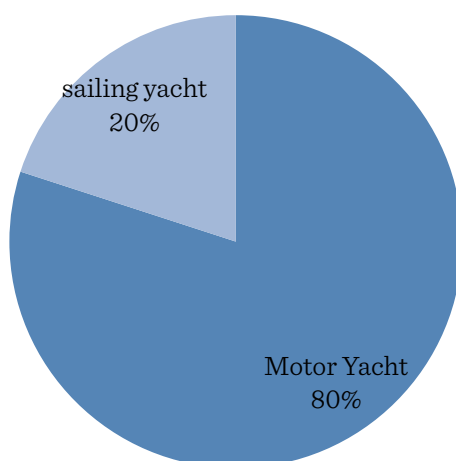
Nella realtà dei grandi yacht viene assicurata una migliore rintracciabilità delle grandi unità componenti la flotta, in quanto dotate di targa identificativa o codice di immatricolazione in adozione presso tutti gli Stati di Bandiera. Grazie a questa peculiarità da oltre un ventennio gli operatori della nautica internazionale dei grandi yacht possono fruire di un sistema statistico molto attendibile, spesso fondamentale per la pianificazione del proprio business. Sebbene le norme internazionali adottate a livello ISO (International Standard Organization) e IMO (International Maritime Organization) porterebbero ad identificare il cosiddetto “superyacht” come quell’unità avente lunghezza superiore ai 24 metri, convenzionalmente oggi vengono considerati grandi yacht le unità di lunghezza superiore ai 30 metri. Questo parametro permette un’affidabilità del dato statistico disponibile prossima di fatto alla realtà.

Risulta di particolare rilevanza il dato fornito da Superyacht Report, identificativo della flotta mondiale degli yacht superiori ai 30 metri oggi navigante. Il dato risulta aggiornato al Dicembre 2013 e indica 4840 unità componenti la flotta mondiale.

Crescita flotta grandi yacht nel ventennio



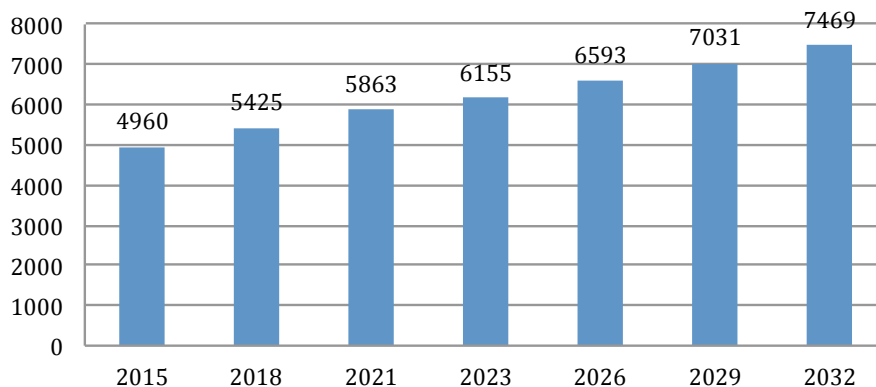
Il rapporto motoryacht / vela è attestato su 80% - 20%, tale rapporto peraltro non sembra mutare nel riscontro con il portafoglio ordini, né con le recenti stime sulle consegne.



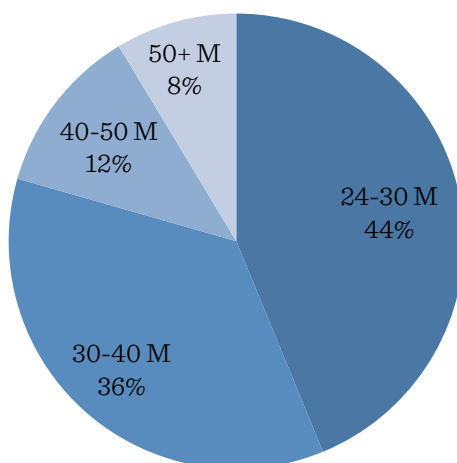
Risulta anche di forte interesse la stima delle dimensioni caratteristiche della flotta che in termini strettamente matematici indica una lunghezza media della unità che la compone, pari a circa 43,67 metri. Valore peraltro in crescita se si pensa che la lunghezza media delle unità componenti il portafoglio ordini globale 2014 è pari a circa 48,26 metri.

La crescita pressochè costante avvenuta nell'ultimo ventennio porta a ritenere che la crisi internazionale abbia limitato solo parzialmente lo sviluppo di questo settore della cantieristica nautica. Su tali basi si può anche ipotizzare gli scenari che caratterizzeranno il prossimo ventennio.

Previsione flotta mondiale al 2032

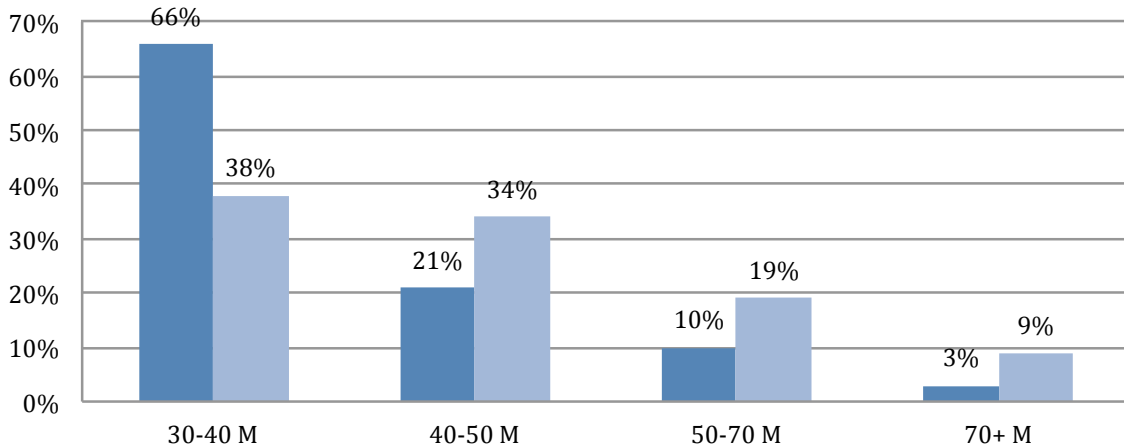


Al di là degli elementi di confidenzialità e di riservatezza che evidentemente caratterizzano la fascia più alta del mercato nautico, gli analisti e gli esperti internazionali confermano come il segmento “top” della produzione continui a mostrare una minore sofferenza rispetto al mercato complessivo. Nel diagramma che segue la suddivisione della flotta mondiale degli yacht di lunghezza oltre i 24 metri, per fasce dimensionali.



I rapporti dimensionali in seno alla flotta dei grandi yacht sembrano tuttavia evolversi rapidamente. Una conferma evidente è data dal confronto tra la flotta esistente e gli attuali yacht in ordine presso i cantieri.

Rapporto tra le fasce di lunghezza della flotta e del portafoglio ordini



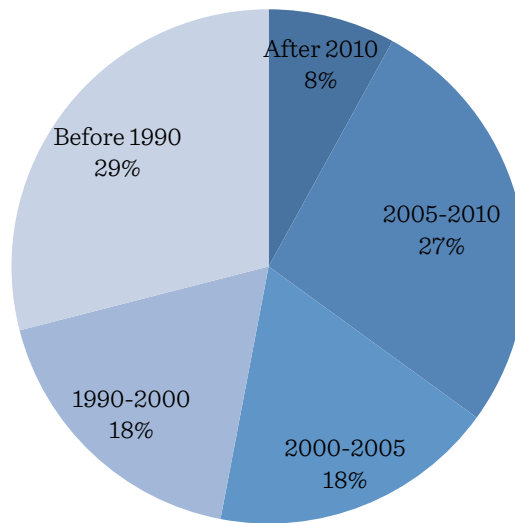
Ai fini delle opportune valutazioni economiche è anche disponibile una proiezione delle consegne negli anni dei grandi yacht di lunghezza superiore ai 70 metri, lunghezza quest'ultima particolarmente rilevante nell'ottica delle attività di refit & repair ed aftermarket in genere.

Consegne yacht > 70 M negli anni

Anni	Numero yacht consegnati	% motoryacht
Before 1992 (>20 years old)	51	90%
1993-1997 (16-20 years old)	3	100%
1998-2002 (11-15 years old)	14	100%
2003-2007 (6-10 years old)	27	81%
2008-2012 (0-5 years old)	54	100%
2013-2017 (projection)	65	75%

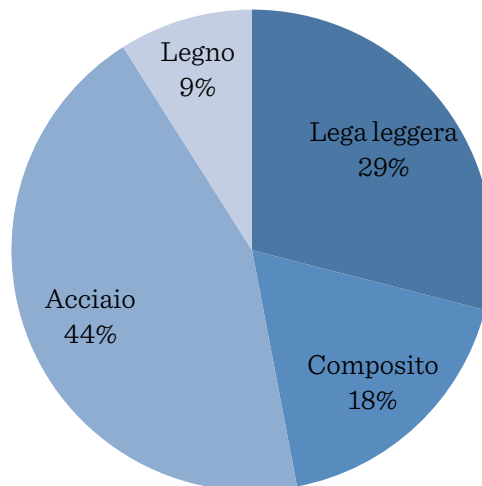
Le valutazioni circa l'età della flotta risultano di interesse, particolarmente se si assume che circa il 53% degli yacht di lunghezza superiore ai 30 metri risultano costruiti dopo il 2000. Solo il 29% della flotta risulta "vecchio" (costruito precedentemente al 1990), mentre nel decennio 1990-2000 il 18% ha visto la consegna. Tali dati indicano quindi che nel decennio 1990-2000 la flotta è più che raddoppiata con un incremento del 120%.

Flotta globale - Età degli yacht



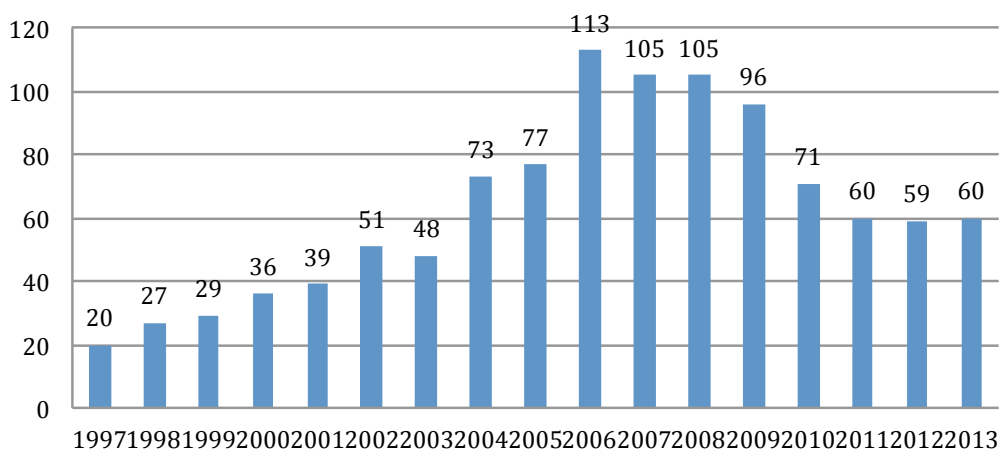
Risulta interessante conoscere anche il materiale dello scafo che caratterizza la flotta mondiale dei grandi yacht. Il diagramma ne illustra l'attuale ripartizione che testimonia l'evoluzione della tecnologia e dell'impiego di materiali innovativi. Fino alla fine degli anni 50 gli scafi erano costituiti esclusivamente di legno e acciaio. Oggi viene impiegata una gamma molto ampia di materiali che spaziano tra l'acciaio (normalmente per gli yacht di grandissime dimensioni), l'alluminio, ed in percentuale sempre crescente i materiali compositi, con un frequente ricorso alle fibre di carbonio (particolarmente per gli scafi a vela ad alta prestazione).

Flotta globale - Materiale dello scafo



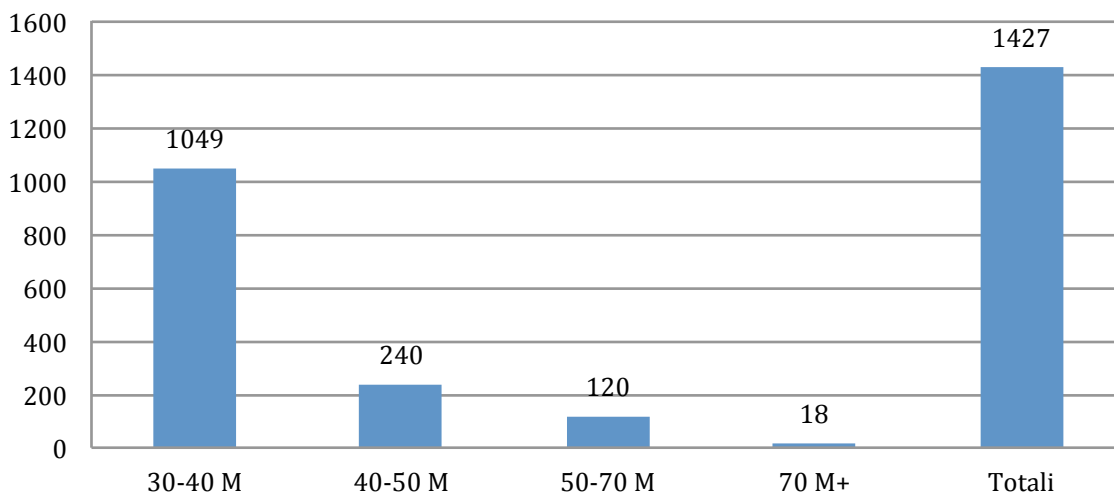
Per avere un'idea dell'importanza della cantieristica italiana nella flotta esistente è significativo osservare come siano cresciute negli anni le consegne dei grandi yacht ad opera di cantieri italiani.

Consegne Yacht L>30m in Italia



Particolarmente rilevante di conseguenza l'entità dei grandi yacht prodotti in Italia che vanno a comporre la flotta dei quasi 5000 yacht. Sono 1427 gli yacht costruiti nel nostro Paese, con una lunghezza media pari a circa 39 metri.

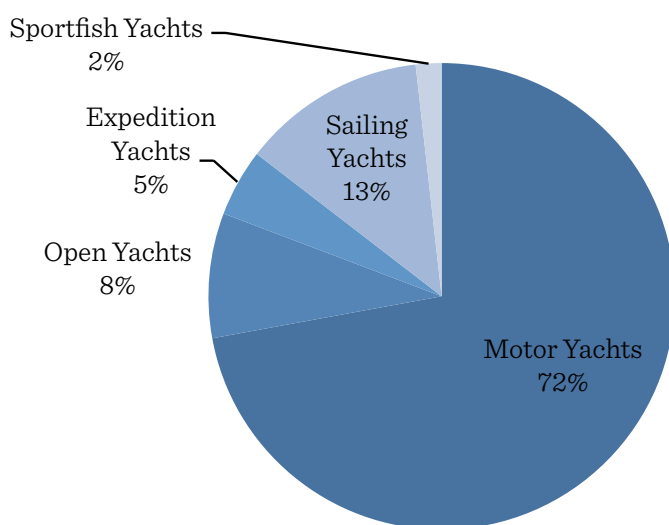
Yacht consegnati in Italia



2.3 Cantieristica dei grandi yacht

Con i più importanti cantieri Italiani, Americani, Olandesi e Tedeschi, l'industria dei grandi yacht ha oggi una consistenza internazionale con una realtà di circa 140 produttori distribuiti praticamente in ogni continente, dei quali 100 risultano aver acquisito almeno un ordine nel corso del 2013. Negli ultimi anni si è anche assistito ad un progressivo orientamento verso la grande nautica da parte della cantieristica navale commerciale. Interessante osservare anche come si stiano evolvendo le tipologie dei grandi yacht oggi in produzione. Il grafico riporta la suddivisione nel portafoglio ordini 2014 degli yacht di lunghezza oltre i 30 metri.

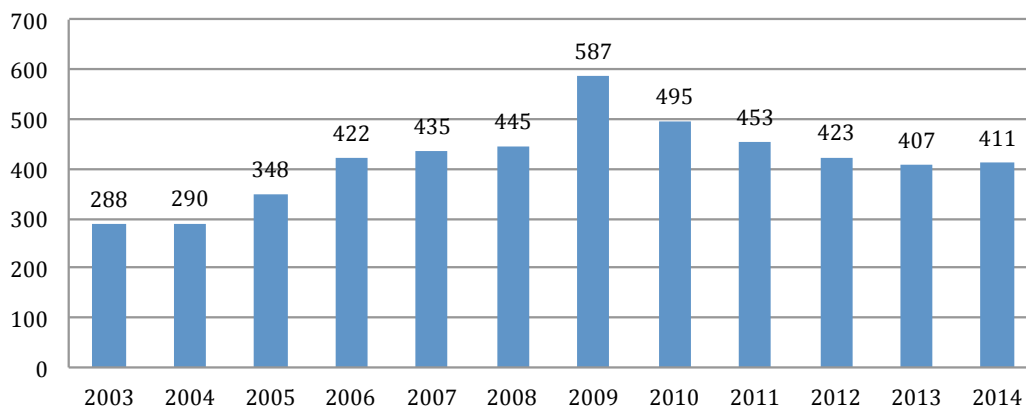
Tipologia yacht nel portafoglio ordini 2014



La produzione ha mostrato nell'ultimo decennio una crescita formidabile. Lo dimostra il grafico indicativo del portafoglio ordini mondiale dei grandi yacht, dove si può anche riscontrare una moderata flessione a partire dal 2010. L'analisi dell'ultimo dato, relativo al portafoglio 2014, che mostra un lievissimo incremento, sembra in ogni caso indicare un assestamento del mercato produttivo, almeno in termini di unità in produzione, agli anni 2006/2007.

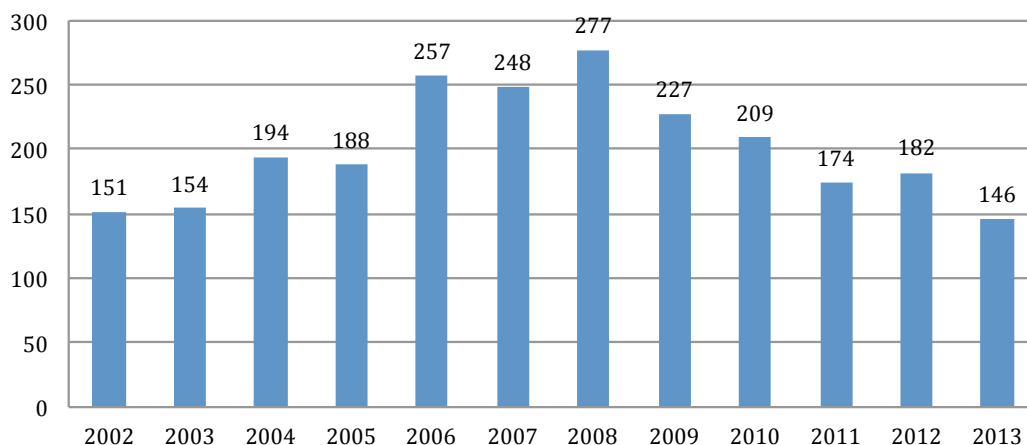
Diverse sono viceversa le valutazioni di carattere economico, se si assume che rispetto a tali anni la lunghezza media degli yacht in ordine presso i cantieri globali, è cresciuta di quasi 5 metri.

Portafoglio ordini globali



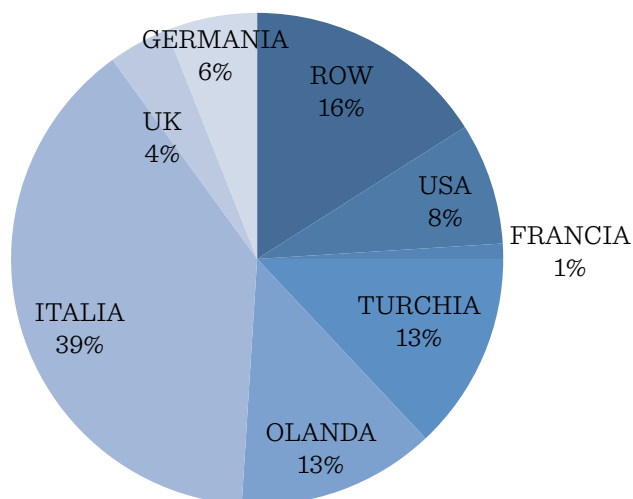
E' tuttavia evidente che agli ordini in portafoglio non corrisponde lo stesso livello di unità in consegna. Le statistiche internazionali forniscono dati interessanti nel segmento della costruzione degli yacht, limitatamente a quelli di lunghezza superiore ai 30 metri. Particolarmente rilevante osservare come le 146 consegne del 2013 risultino il valore più basso degli ultimi 12 anni, a testimonianza di un momento non felice anche per questa fascia dell'industria nautica globale.

Yacht consegnati a livello globale



Risulta comunque di particolare interesse analizzare la ripartizione del portafoglio ordini globale per gli yacht con lunghezza maggiore di 30 metri. Tale dato testimonia la leadership dei cantieri italiani con uno share di mercato del 39% sul numero complessivo dei progetti in ordine per il 2014.

Ripartizione ordini globali per Paese



Un dato di forte interesse risulta osservando come esistano a livello globale leadership diverse in funzione della lunghezza dei grandi yacht consegnati. Si può osservare infatti come la supremazia della cantieristica italiana nel settore del grande yacht, sia focalizzata nei segmenti di dimensione più contenuta.

Top 10 yards by size yachts delivered

Top yards by 30-40 M

<input type="checkbox"/> AZIMUT	158
<input type="checkbox"/> BROWARD	107
<input type="checkbox"/> BENETTI	100
<input type="checkbox"/> WESTPORT	96
<input type="checkbox"/> SUNSEEKER	86
<input type="checkbox"/> FERRETTI	83
<input type="checkbox"/> OVERMARINE	75
<input type="checkbox"/> FIPA-MAIORA	48
<input type="checkbox"/> PISA	43
<input type="checkbox"/> FALCON	42

Top yards by 40-50 M

<input type="checkbox"/> FEADSHIP	55
<input type="checkbox"/> BENETTI	40
<input type="checkbox"/> HEESEN	36
<input type="checkbox"/> TRINITY	30
<input type="checkbox"/> CRN	24
<input type="checkbox"/> BAGLIETTO	24
<input type="checkbox"/> PERINI NAVI	22
<input type="checkbox"/> MONDO MARINE	20
<input type="checkbox"/> PALMER JOHNSON	20
<input type="checkbox"/> CHRISTENSEN	19

Crescendo le dimensioni si nota senza alcun dubbio la leadership dei cantieri nord europei, tedeschi e olandesi in particolare

Top 10 yards by size yachts delivered

Top yards by 50-70 M

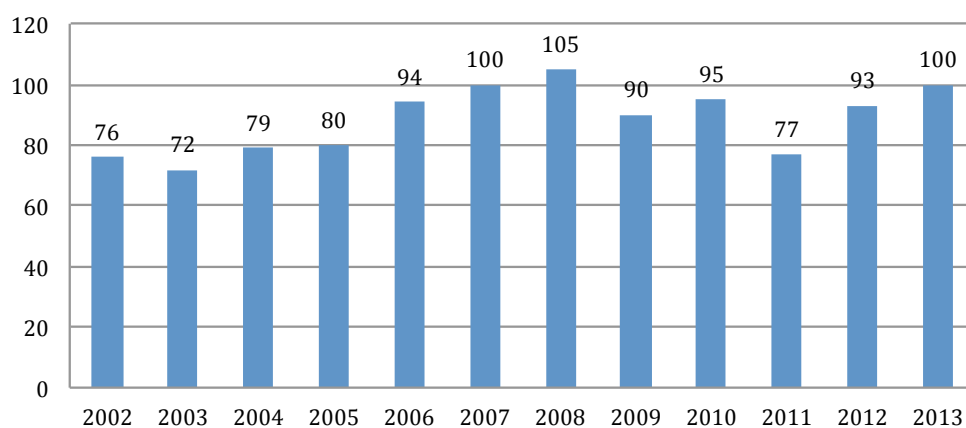
<input type="checkbox"/> FEADSHIP	54
<input type="checkbox"/> BENETTI	33
<input type="checkbox"/> AMELS	32
<input type="checkbox"/> PERINI NAVI	21
<input type="checkbox"/> CRN	16
<input type="checkbox"/> LURSSSEN	15
<input type="checkbox"/> ABEK. & RASM.	13
<input type="checkbox"/> TRINITY	13
<input type="checkbox"/> CODECASA	12
<input type="checkbox"/> OCEANCO	8

Top yards by 70+ M

<input type="checkbox"/> LURSSSEN	26
<input type="checkbox"/> OCEANCO	11
<input type="checkbox"/> BLOHM+VOSS	10
<input type="checkbox"/> FEADSHIP	10
<input type="checkbox"/> NOBISKRUG	5
<input type="checkbox"/> ABEKING & RASMUSSEN	4
<input type="checkbox"/> AMELS	3
<input type="checkbox"/> HANSEATIC	3
<input type="checkbox"/> KRUPP	3
<input type="checkbox"/> PENDENNIS	3

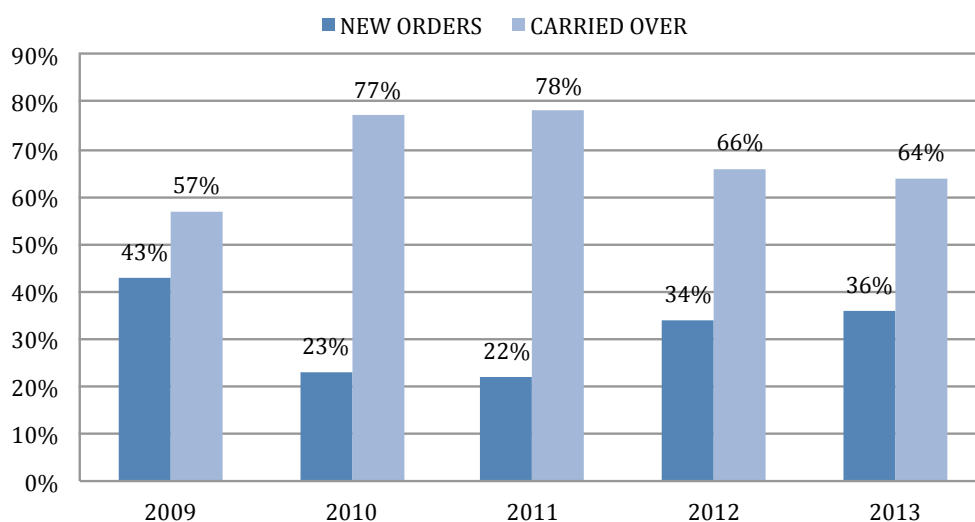
E' inoltre importante osservare come la crisi abbia inciso sul numero di cantieri che producono e consegnano yacht L>30m ogni anno. Nel corso del 2011 solo 77 cantieri, a livello globale, hanno consegnato almeno uno yacht di lunghezza superiore ai 30 metri; il dato sale a 100 per il 2013.

Cantieri che hanno consegnato yacht nel corso degli anni



Buone indicazioni tuttavia giungono dall'analisi del rapporto tra nuovi ordini e ordini complessivi: nel portafoglio ordini globale 2012 degli yacht L>30m, i nuovi ordini costituivano il 34%, dato ulteriormente in leggera crescita al 36% per gli ordini 2013; tali valori auspicabilmente sembrano riavvicinarsi al dato del 43%, molto significativo del 2009.

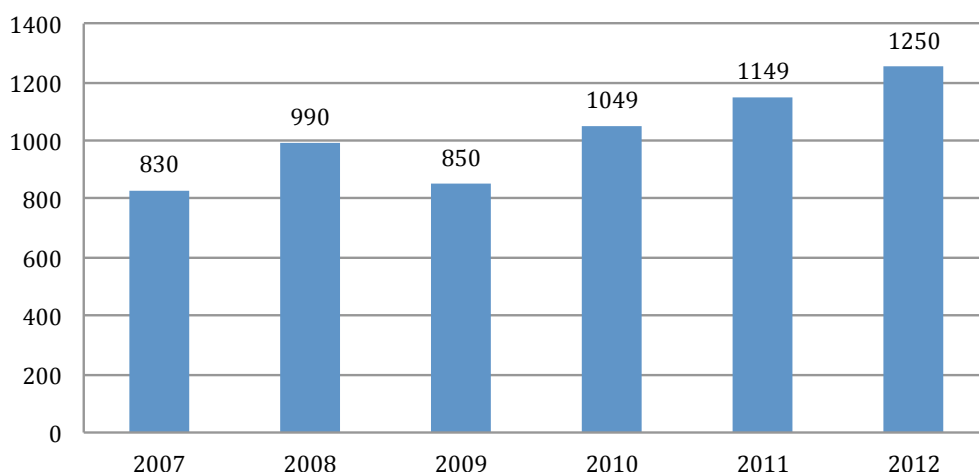
Rapporto tra nuovi ordini e ordini precedenti



2.4 Charter internazionale dei grandi yacht

Si stima che circa il 25% della flotta mondiale degli yacht oltre i 24 metri di lunghezza sia costituito da unità che vengono formalmente adibite a charter. Tali unità risultano pertanto iscritte nei singoli compartimenti di immatricolazione dello Stato di bandiera, come “yacht commerciali”. Le ragioni risiedono evidentemente nella volontà, da parte dell’armatore, di ridurre i costi e ove possibile recuperare almeno una parte dell’investimento. Nel grafico viene riportata l’entità della flotta in charter degli yacht L>24m nel quadriennio.

Trend charter yacht globale

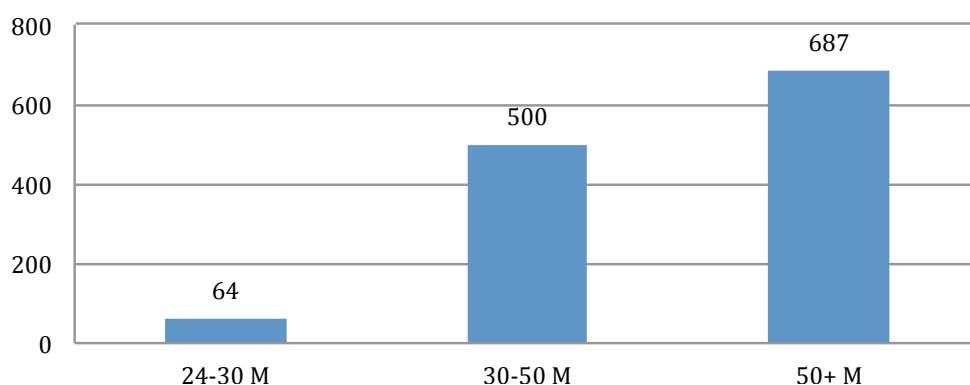


Mediamente uno yacht è reso disponibile a contratti di charter per 30 settimane all’anno. I grandi brokers e operatori del charter internazionale indicano come target ottimale l’obiettivo di commercializzare lo yacht per almeno 12 settimane all’anno, tuttavia la domanda è ancora troppo concentrata nei mesi canonici estivi, luglio, agosto e parzialmente giugno e settembre. Questo genera evidentemente una carenza di offerta nel periodo estivo, a fronte di un surplus nei mesi meno tradizionali.

La durata media dei contratti di charter è di poco inferiore ai 9 giorni, con un’incidenza maggiore delle unità a vela la cui media complessiva supera i 10 giorni.

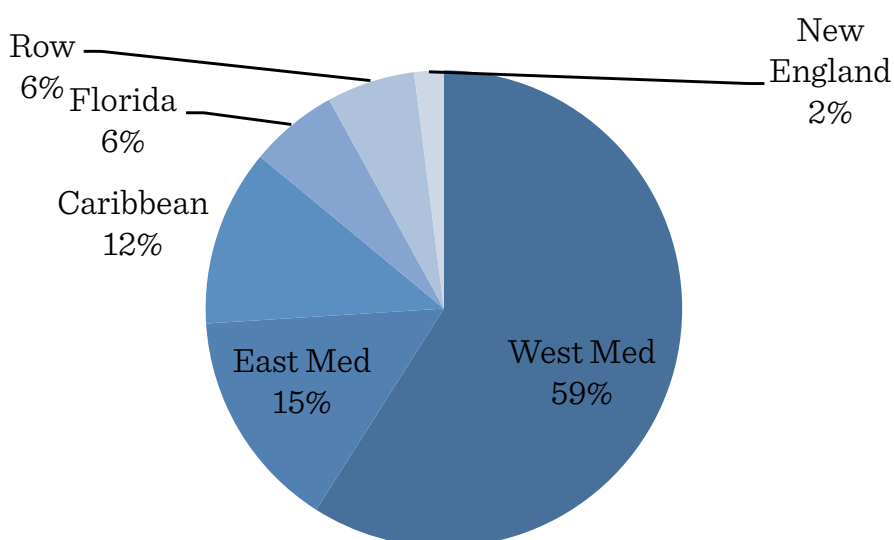
Si stima che gli oltre 1000 yacht oltre i 24 metri di lunghezza adibiti a charter, risultino gestiti da circa un centinaio di società di brokerage e chartering. E’ tuttavia noto che le 18 maggiori società di charter internazionale si dividono i 2/3 della flotta mondiale. Nel grafico si può osservare la ripartizione dimensionale della flotta in charter.

Distribuzione charter yacht per fasce dimensionali

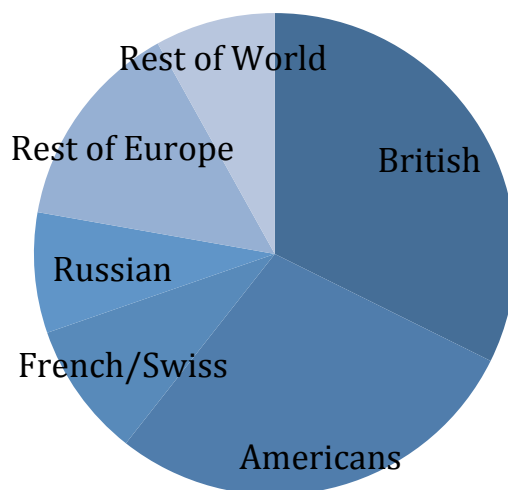


Nella tipologia di yacht adibiti a charter, si riscontra ancora una volta il rapporto 1 a 4 tra vela e motore; rapporto che scende per le unità più grandi, dove la vela costituisce il 9% delle unità oltre i 50 metri, adibite a charter.

Ulteriore elemento di forte rilevanza il dato sulle destinazioni del charter dei grandi yacht. Il Mediterraneo totalizza il 74% dei contratti di charter dei grandi yacht, con l'area tirrenica leader con il 59% dei contratti globali. È ancora valido il tradizionale dualismo Caraibi/Inverno e Mediterraneo/Estate, tuttavia la crescente preponderanza del vecchio continente ha fatto sì che nascessero nuove offerte tra le rotte del charter mediterraneo anche nelle stagioni primaverili e autunnali. Queste ultime incentrano il proprio valore aggiunto, non più solo sulla vacanza tipicamente estiva nella stagione balneare, ma nei confronti di un'offerta elitaria e qualitativa nelle città storiche e d'arte. Da non trascurare l'offerta di charter associata ai grandi eventi mondano/culturali e sportivi; ne sono esempio il Festival del Cinema di Cannes, il Gran Premio Automobilistico di Montecarlo, La Biennale di Venezia.

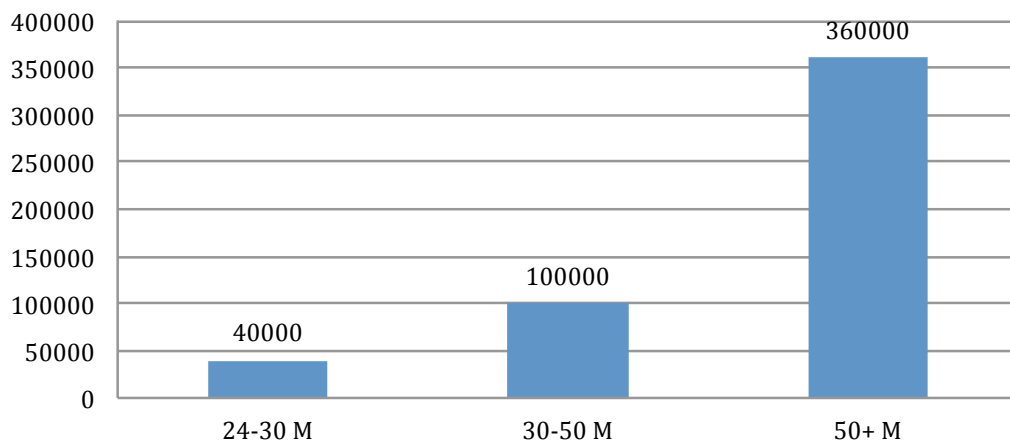


Interessante anche riscontrare come viceversa la clientela sia molto distribuita a livello internazionale, con una prevalenza di Inglesi e Americani, che insieme totalizzano il 60% del charter dei grandi yacht.



Per avere un'idea dei valori economici in gioco nel charter internazionale dei grandi yacht, il grafico indica il costo medio settimanale per lunghezza.

Valore medio charter per settimana (US dollars)



2.5 Valutazione economiche di indotto*

**(fonte: Studi Bain – Luxury goods)*

Come già richiamato precedentemente la permanenza dei grandi yacht nel bacino mediterraneo risulta oggi particolarmente significativa. Si stima in non meno di 8 mesi la permanenza nelle nostre acque; il 76% dei grandi yacht, cessata la stagione “turistica” tenderebbe a rimanere in Europa, nei mesi invernali di inattività, presso il proprio “homeport” o presso un cantiere di refit, come alternativa ad attraversare l’oceano.

D’altra parte la crisi economica conferma e rafforza il principio logico che lo yacht, anche nelle sue fasi temporali di inattività commerciale o di manutenzione, debba rimanere il più possibile vicino alle acque in cui normalmente opera. Oltre al risparmio evidente di combustibile e di equipaggio necessario alla navigazione, lo yacht è anche tempestivamente disponibile per l’armatore ed i suoi ospiti.

Ai fini di una valutazione dell’indotto economico generato dalle attività di “refit & repair” nello yachting, risulta tuttora di utilità lo studio di Bain & Co. - Ottobre 2007, le cui stime conclusive di carattere economico ed occupazionale sono state successivamente riconosciute dai diversi stakeholders internazionali.

Lo studio, partendo dall’analisi condotta su campioni di costi di alcune imbarcazioni, si pone l’obiettivo di computare i costi complessivi indotti identificando le voci di spesa per tipo e dimensione dello yacht.

Lo studio tende a dimostrare la sensibile differenza tra il valore di indotto generato da una flotta il più possibile permanente, definita “stanziale”, rispetto agli stessi di una flotta “in transito”. Già nel 2007 si stimava infatti che fossero non meno di 700, tra stanziali e in transito, i grandi yacht che operavano nelle acque del nostro Paese.

I parametri utilizzati per il calcolo dei costi di gestione dello yacht tengono conto di: età e dimensioni delle unità, durata della sosta, tipologia dell’equipaggio e degli ospiti, valore intrinseco dello yacht stesso. Vengono assunti i seguenti valori medi * delle unità:

L < 30m: 7M€

30 < L < 45m: 15M€

L > 45m: 30M€

** lo studio è stato elaborato nel 2007*

La tabella che segue, frutto del rapporto, illustra le singole voci di costo che vanno a comporre i costi complessivi di gestione annuale dello yacht, espressi in percentuale del valore dell’unità.

<i>Attività</i>	<i>Costo percentuale</i>
Service & refitting	1,5 - 2,7 %
Spese generali yacht	0,5 - 0,7 %
Spese ospiti/equipaggi	0,8 - 1,1 %
Emolumenti equipaggi	1,5 - 1,8 %
Agenzie/Enti Classe	0,8 - 1,1 %
Totale costi gestione	7%

In relazione alle singole voci di costo di gestione, in tabella si evidenziano valori in termini percentuali superiori al crescere della dimensione dell'imbarcazione. I costi di natura finanziaria (assicurazione, handling, comunicazione), e di agenzia non sono stati inclusi nelle stime complessive.

Sul fronte poi del valore indotto generato dall'attività di refit & repair nel settore dei grandi yacht, il rapporto stima (stima prudenziale*) un valore campionato nel 2006 pari a 130 milioni di euro, il 50% del quale operato da piccole realtà.

**il valore della produzione 2007 delle attività di riparazione (dell'intero comparto nautico) fornito da "Nautica in Cifre" risulta pari a circa 400 milioni di euro.*

Da tale fatturato complessivo del settore del refit, il rapporto valuta le principali componenti di costo:

Materie Prime e Semilavorati

Personale diretto

Servizi di fornitura

E da queste risale ad una valutazione del complesso del personale impiegato nella filiera del settore, giungendo a stimare tale entità in 1800 addetti.

Secondo il rapporto, complessivamente i grandi yacht generano un indotto stimabile in 430 milioni di euro sul territorio italiano, di cui circa il 30% per attività di refit.

Se tuttavia si esclude che lo yacht sia soggetto a sostanziali lavori di refit & repair e si valutano viceversa i valori economici indotti dalla permanenza "operativa" dello yacht stesso, sono molto significativi i dati forniti dall'Osservatorio del Turismo Nautico nel suo rapporto (Numero 0 Anno 2008).

L'Osservatorio ha infatti elaborato i dati relativi alla spesa effettuata dal diportista nei porti liguri, avendo stimato sulla base di appositi questionari, una permanenza media pari a 5,7 gg/anno per gli yacht oltre i 24 metri, e una permanenza pari a 6,4 gg/anno per le unità da diporto di lunghezza compresa tra i 10 e i 24 metri.

Limitando le valutazioni al cosiddetto diportismo stanziale, la tabella illustra con buona approssimazione i valori di spesa annuale del diportista.

<i>Voci di costo</i>	<i>Imbarcazione tra 10 e 24 metri</i>	<i>Yacht oltre i 24 metri</i>
Servizi portuali	7.632	30.000
Manutenzione	3.431	10.500
Alaggio	971	4.000
Bunker/carburante	4.487	19.000
Totale annuo	16.522	63.500

** Tabella elaborata da Osservatorio del Turismo Nautico*

Si tratta evidentemente di stime relative alle spese "tecniche" di carattere ordinario dello yacht nel contesto portuale, strettamente connesse alle caratteristiche intrinseche dell'unità.

Non sono come sopra evidenziato evidentemente ricomprese le spese ordinarie e straordinarie che lo yacht sostiene nell'ambito del suo "home port" (definito dall'Osservatorio porto di ormeggio abituale) dove, come visto in precedenza, incidono in modo significativo le voci relative al "refit & repair", al crewing, alle forniture e sub-forniture, agli approvvigionamenti.

Lo stesso rapporto dell'Osservatorio ha anche computato la spesa pro-capite che il diportista sostiene durante la permanenza nelle strutture ricettive, dove risulta evidente come la ristorazione e lo shopping influenzino maggiormente la spesa totale. La tabella dettaglia in questo senso le più significative voci di spesa pro-capite, per sosta della propria unità.

<i>Voci di spesa</i>	<i>Imbarcazione tra 10 e 24 metri⁴</i>	<i>Yacht oltre i 24 metri</i>
Spese trasporto	11	10
Attività culturali	12	10
Sport-spettacolo	17	15
Shopping	237	431
Attrezzature per la barca	75	374
Ristorazione	332	568
Spesa totale pro-capite	685	1408

** Tabella elaborata da Osservatorio del Turismo Nautico*

Di interesse notare come sotto la voce “shopping” gli elementi di spesa più significativi riguardano i gioielli, l’elettronica, l’abbigliamento, i souvenir e i giocattoli.

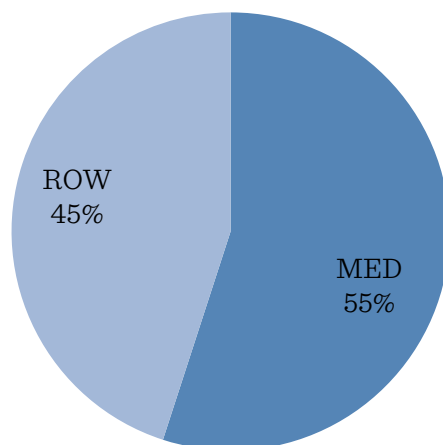
Le stime elaborate dall'Osservatorio del Turismo Nautico si riferiscono comunque a imbarcazioni e yacht di natura privata e non nello specifico ad unità in charter per le quali le voci di spesa risultano, come noto, sensibilmente superiori sia per quanto attiene ai costi di gestione barca, sia per la spesa pro-capite del diportista*.

** Da interviste condotte presso operatori qualificati del settore, risulta che la spesa giornaliera degli ospiti (numero massimo 12 persone per yacht) di un grande yacht in una vacanza charter, risulta non inferiore ai 15.000 euro.*

2.6 Traffico dei grandi yacht in Italia

Un dato rilevante per stimare la presenza “stanziale” dei grandi yacht nell’area del Mediterraneo è l’indicazione del porto base (“home port”) dello yacht. Significativo in tale ottica il dato che indica nel 55% la percentuale degli yacht che eleggono un porto del Mediterraneo come proprio home port.

Superyacht home port market share: the Med leadership



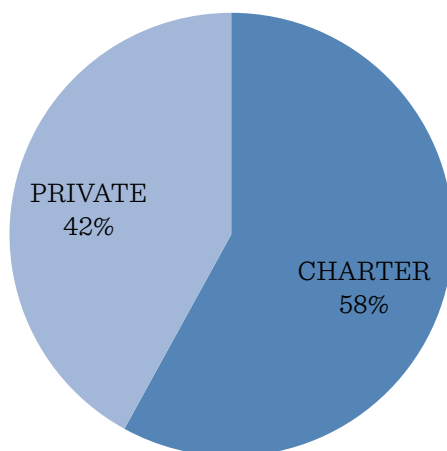
La Sezione Yacht di Federagenti ha recentemente condotto uno studio che, partendo da un’analisi dei dati elaborati dai principali Osservatori dell’industria Internazionale dei grandi yacht e dell’attività del charter internazionale, si è posta l’obiettivo di valutare nel contesto nazionale, lungo le nostre coste, la consistenza e l’entità economica di indotto dello yachting operativo (yacht oltre i 30 metri).

La raccolta sistematica dei dati forniti dalle agenzie operanti lungo le coste del Paese ha permesso di fornire un quadro completo del traffico dello Yachting in Italia, giungendo pertanto a fornire una stima del valore economico generato sul territorio, a livello di indotto “tecnico” (servizi portuali, approvvigionamenti di bordo, servizi tecnici e spese equipaggi) e di indotto turistico (trasporti, ristorazione, shopping ed altri).

Il campione di agenti dello yachting analizzato, ha evidenziato un numero complessivo di yacht gestiti, superiore alle 3000 unità, con un numero complessivo di approdi (“calls”) pari a 6360, ed una permanenza media di tali yacht nei porti di poco inferiore ai tre giorni.

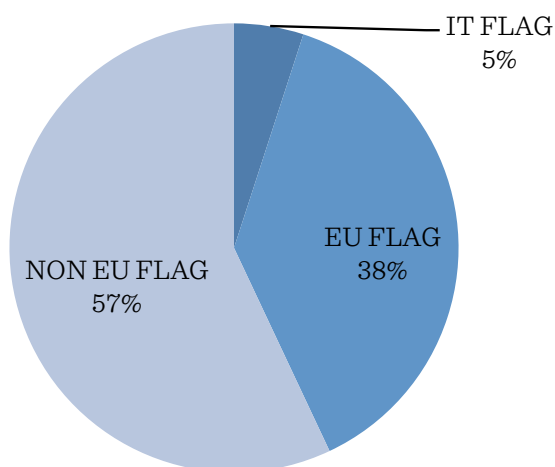
Il 58% di tali yacht sono di tipo “commerciale”, cioè adibiti a charter.

Traffico Yacht (rapporto privati/charter)



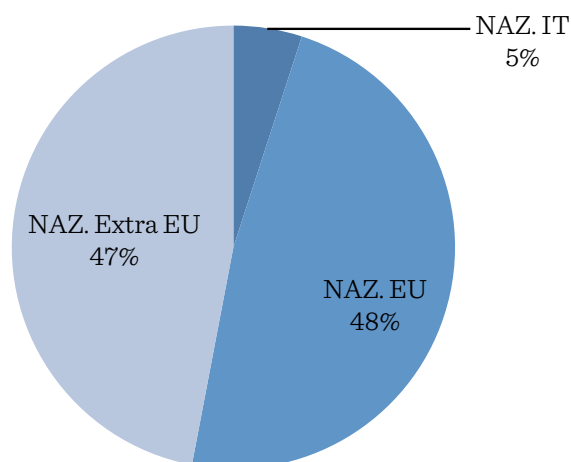
Per quanto riguarda le bandiere che tali yacht espongono a poppa, per il 57% si tratta di bandiere non comunitarie, per il 38% europee e solo per il 5% italiane.

Bandiere Yacht lungo le coste italiane



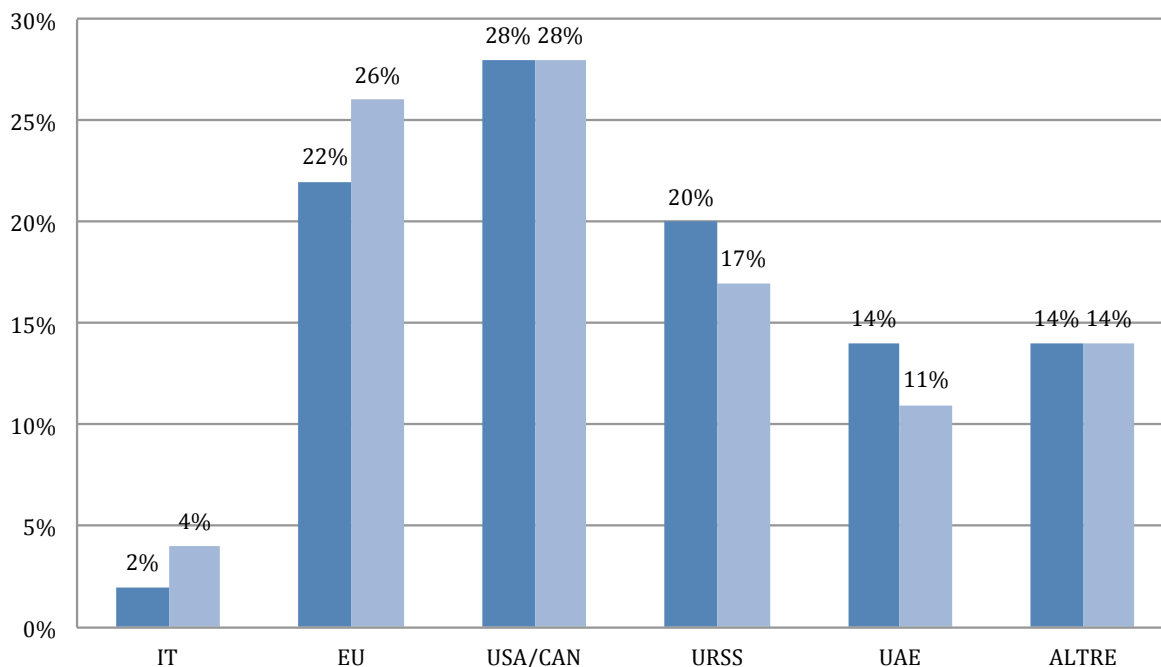
Solo il 5% degli equipaggi che operano a bordo di tali yacht è di nazionalità italiana, a fronte di un 47% extra UE e di un 48% europei.

Nazionalità equipaggi



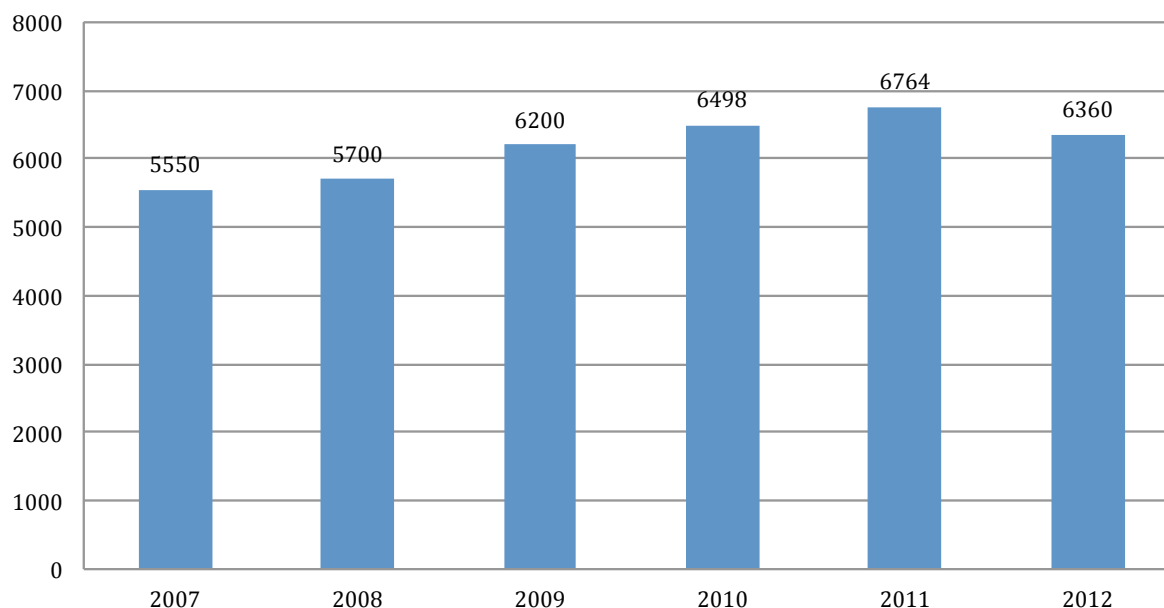
Vale anche la pena riscontrare come la nazionalità degli ospiti a bordo sia solo per il 2% italiana, valore letteralmente dimezzato rispetto all'anno precedente.

Nazionalità armatori/ospiti



Il grafico, infine illustra la sensibile crescita delle toccate registrata in questi ultimi anni che tuttavia ha registrato una battuta di arresto nella stagione 2012. Tale flessione sembra purtroppo trovare conferme anche nei dati preconsuntivi della stagione 2013.

Toccate super Yacht sotto le coste italiane



Di fatto, a fronte di una percentuale, il 74%, fortissima del charter nel Mediterraneo, l'Italia si conferma il principale Paese attrattore di tale flotta di grandi yacht operativi. Analogamente, l'offerta di servizi tecnici quali il refit, sembra porre ancora una volta l'Italia come Paese leader mondiale per numero e qualità.

Alle valutazioni di carattere numerico della flotta, seguono quelle, importantissime, del riscontro economico lungo le nostre coste. La stima del valore economico generato dalle sole spese "operative" gestite dagli agenti marittimi per conto degli yacht operanti è risultata nel corso del 2012 superiore ai 250 milioni di euro.

Vale inoltre la pena valutare quale sia, seppur in via cautelativa, il reale potenziale economico di indotto che la flotta di tali grandi yacht potrebbe generare sul territorio, qualora risultasse più stanziale (al di fuori del periodo strettamente estivo e dedicato al charter) lungo le nostre. Incrociando i dati del Charter Internazionale e quelli della flotta e delle tocche lungo le coste registrati da Federagenti Yacht, si evince che non meno di un migliaio di grandi navi da diporto (oltre i 30 metri) gravitano sulle coste italiane. Sulla base anche dei dati dimensionali degli yacht gestiti dagli agenti dello yachting si stima in circa 10 miliardi di euro il valore complessivo degli yacht che vanno a comporre la flotta gravitante lungo le coste italiane. Assumendo, in via assolutamente cautelativa ma in linea con quanto indicato dagli Stakeholders internazionali, come parametro di riferimento del valore economico generato sul territorio (refit & repair, servizi e costi equipaggi, posti barca, assicurativi e finanziari, ecc..) il 10% del valore intrinseco dello yacht, si ricava pertanto un potenziale economico su base annua pari a circa un miliardo di euro.

2.7 Il Refit & Repair dei grandi yacht

A fronte di un'evidente flessione della produzione di nuovi yacht, l'ambito cantieristico del "refit & repair" gode non solo di ottima salute, ma viene riconosciuto da più parti come il settore dell'industria dei superyacht in grado di garantire stabilità e sicurezza economica alle cosiddette "key parts" di questa industria almeno per la prossima decade. In tale senso si riconoscono come settori chiave dell'industria dei grandi yacht, il management, il design e la progettazione, la provvidoria di bordo, la fornitura e subfornitura e di riflesso tutte le attività di carattere gestionale ed amministrativo connesse a questo mercato.

Tradizionalmente al settore del "refit & repair" dei grandi yacht fanno capo le attività dei grandi lavori di riparazione e trasformazione, della manutenzione ordinaria e straordinaria, delle attività di surveying, che vengono meglio illustrate di seguito, dei lavori e servizi in garanzia. Più recentemente si sono accreditate sul mercato anche molte aziende specializzate nei lavori di "restauro" di barche d'epoca, attività dove eccelle la capacità non solo di lavorare i materiali e le tecniche tradizionali (legno e mastri d'ascia, acciaio e chiodatura lamiera), ma anche oggi la capacità di proporre materiali e design innovativi che tuttavia ripropongano per la barca d'epoca le linee originali.

Le stime internazionali prevedono un forte impegno di questo settore nei prossimi anni. Basti osservare da un lato la progressiva vetustà delle unità naviganti nel mondo, e dall'altro la crescita della flotta con le nuove costruzioni, tanto in numero di unità quanto in dimensioni medie delle stesse. Si consideri che per tali yacht, anche solo la fase di interventi di rifinitura e di lavori in conto garanzia costituirà un contributo formidabile all'industria.

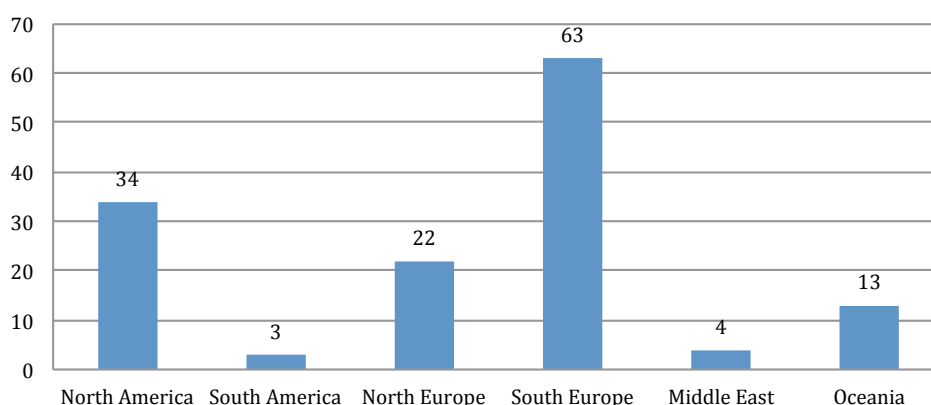
Una valutazione significativa del business è data dai cosiddetti interventi ordinari sullo yacht, particolarmente quando questo opera commercialmente (in charter). Le Società di Classificazione (Lloyd's Register, American Bureau of Shipping, RINA, Bureau Veritas, Det Norske Veritas, ed altri minori) contemplano nei propri regolamenti, visite ispettive di carena in bacino (unità "a secco") ogni 5 anni. Tuttavia si considera che mediamente uno yacht richiede un trattamento di pulizia profonda della carena ogni 2/3 anni. Tali requisiti costituiscono di fatto anche un ottimo sistema di pianificazione e previsione degli interventi da parte dei cantieri specializzati nelle attività di assistenza ai grandi yacht.

Un'altra considerazione riguarda il passaggio di proprietà dello yacht, che in questo segmento di mercato implica per buona parte delle volte una serie di interventi tecnici e di manutenzione. Camper & Nicholson ha dichiarato il passaggio di proprietà di 225 yacht nel corso del 2013, il 28% dei quali superava i 40 metri. Tuttavia tali valutazioni risultano sottostimate di fronte a reale giro d'affari che caratterizza la compravendita dei grandi yacht esistenti, e che spesso implica approfonditi lavori di manutenzione.

Lo stato attuale del mercato ha inoltre definitivamente consolidato il principio in base al quale molti armatori preferiscono investire a volte anche in modo consistente, nella manutenzione del proprio yacht, aspettando tempi più opportuni per ordinarne uno nuovo.

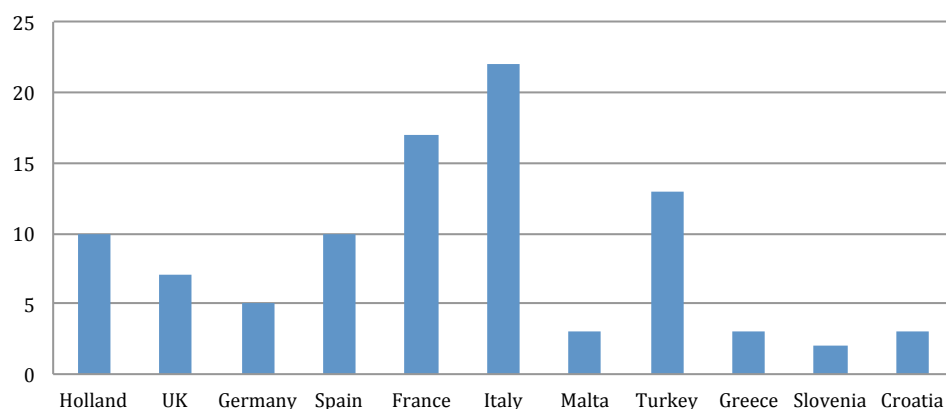
Interessante osservare come l'industria del refit & repair sia dislocata nello scenario globale. Analizzando il grafico fornito da Superyacht Intelligence in merito a tali cantieri, si può notare come l'Europa rivesta ancora una volta un ruolo strategico.

Worldwide Refit & Repair Shipyards



Nell'ambito europeo si può notare quale consistenza rivesta la cantieristica delle riparazioni nel bacino mediterraneo

Refit & Repair Shipyards in Europe



Va comunque osservato che quasi il 60% di queste aziende sono contestualmente cantieri di produzione e riparazione, a fronte di un 40% dedicato esclusivamente al settore del Refit & Repair.

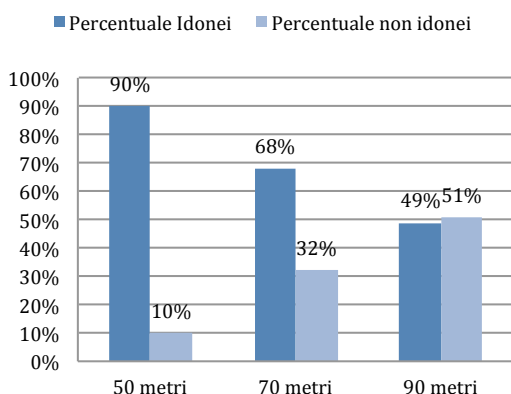
Le prospettive di mercato in questo settore risultano fortissime per i motivi sopra citati; ma risultano anche particolarmente significative le opportunità industriali di un comparto, quello del refit & repair, che solo da pochi anni ha saputo trasformarsi in una realtà organizzata sotto il profilo manageriale e produttivo. Gli analisti confermano infatti che la domanda del mercato nei prossimi anni in questo ambito risulterà molto più pianificata e andrà a costituire una voce essenziale del ciclo di vita del grande yacht, tanto sotto il profilo tecnico, quanto sotto l'aspetto delle voci di spesa programmate dagli armatori, dai loro comandanti e dalle società di yacht management.

In tale ottica sono tuttora in corso significativi investimenti da parte degli operatori. Si prevede anche che il ruolo più importante su questi investimenti sarà giocato dai cantieri europei che dominano attualmente la scena e che sono dislocati fra Spagna, Francia e Italia, con alcune novità che potranno riguardare le coste Adriatiche Egee del Mediterraneo (essenzialmente Croazia, Montenegro, Turchia con la regione di Tuzla).

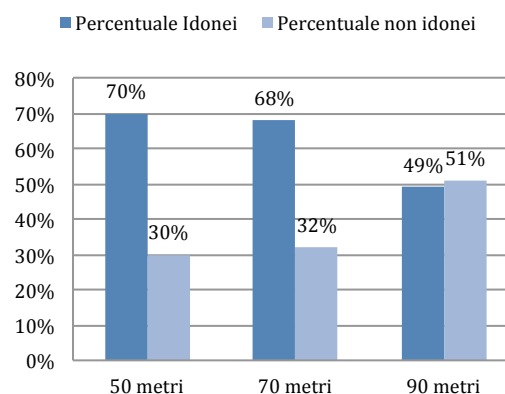
A livello nazionale il valore della produzione generato dal settore della Riparazione, manutenzione e rimessaggio di grandi yacht è stato stimato per il 2012 pari a circa 500 milioni di euro, a fronte di un impiego di personale di circa 3000 unità.

Nell'ambito delle lavorazioni di particolare rilevanza si osserva come al crescere delle dimensioni dell'unità sottoposta a refit diminuiscono sensibilmente i cantieri idonei a garantire adeguate lavorazioni al coperto e a poter praticare la verniciatura dello scafo in condizioni ottimali.

Idoneità cantieri per copertura yacht



Idoneità cantieri per verniciatura yacht



A tal proposito risulta interessante riscontrare l'entità e l'età della flotta di yacht di lunghezza superiore ai 70 mt.

Consegne yacht > 70 M negli anni

Anni	Numero yacht consegnati	% motoryacht
Before 1992 (>20 years old)	51	90%
1993-1997 (16-20 years old)	3	100%
1998-2002 (11-15 years old)	14	100%
2003-2007 (6-10 years old)	27	81%
2008-2012 (0-5 years old)	54	100%
2013-2017 (projection)	65	75%

STAKEHOLDERS DEL REFIT & REPAIR

Dall'analisi effettuata è emersa l'insistenza di una percentuale significativa della flotta (55%) avente home-port nel Mediterraneo, giustificata anche dallo share pari al 74% del charter internazionale. Tale situazione comporta, quale logica conseguenza, che l'area Mediterranea costituisce il fulcro dell'attività del R&R a livello globale.

In tale ambito sono identificati i poli territoriali strategici attorno ai quali operano le più organizzate strutture:

Polo West Med

- a. Spagna (Barcellona - Palma Mallorca)
- b. Francia (Marsiglia - Tolone - Costa Azzurra)
- c. Italia (Liguria - Toscana)

Polo South East Med

- a. Malta
- b. Turchia
- c. Montenegro

L'immagine riporta in particolare lo scenario dei principali poli del Refit & Repair nel bacino del Mediterraneo Occidentale.



MODELLI ORGANIZZATIVI DEL REFIT & REPAIR

Osservando le aziende nautiche italiane leader nel Mediterraneo che oggi si pongono a livello industriale nel segmento del refit & repair, queste aderiscono a modelli organizzativi ed operativi spesso diversificati e in evoluzione.

Un primo modello è costituito dal “Cantiere di Refit e Repair”. Questo modello si pone in modo autonomo sul mercato, dispone di un certo numero di maestranze interne qualificate e vanta una rete di eccellenza di fornitura e sub-fornitura. Le lavorazioni avvengono quasi esclusivamente presso la sede, con eccezioni più recenti di commesse acquisite da tali cantieri e lavorate in sede esterna. Un esempio è dato da Amico & Co. Questa struttura, organizzata a livello industriale, può contare comunque su un “cuore pulsante” artigianale ad altissima specializzazione radicato sul territorio di appartenenza. Va precisato che per propria strutturazione ed evidentemente costi intrinseci, un’organizzazione di tale entità dovrà necessariamente rivolgersi a yacht di grandi dimensioni (non meno di 50/60 metri).

Un secondo modello contempla la configurazione di una Società di “Project Management” cui faccia capo la gestione di tutti gli aspetti tecnici, logistici ed amministrativi da quando viene ricevuta la commessa fino alla conclusione della stessa. L’eccellenza dell’offerta tecnica, in questo caso risulta assicurata dal complesso delle aziende coordinate dalla Società di Project Management che quindi opera con piena responsabilità come interfaccia dei rapporti con il cliente. Un esempio è dato da Tecnopool. Tale configurazione, oltre a garantire l’ottimizzazione del valore aggiunto di tutto il complesso delle aziende di subfornitura, assume importanza primaria nei rapporti con il committente, tanto a livello di promozione sui mercati internazionali, quanto per la capacità di rispondere in qualsiasi momento ad ogni richiesta specifica. Nei confronti dell’Armatore, risultano assicurate in modo innovativo la certezza e la congruità dei costi, il reporting continuo sull’avanzamento lavori, l’affidabilità e qualità di maestranze e materiali, il rispetto dei tempi, il supporto progettuale. Il valore aggiunto nei rapporti con il Comandante consiste nella logistica resa disponibile sui vari territori, nei servizi della subfornitura, nella trasparenza e facilità di interfaccia con responsabili e maestranze, nel rispetto dei tempi.

Il terzo modello è costituito dal binomio “cantiere costruttore e riparatore”. In alcuni casi si tratta di due realtà aziendali distinte, ma afferenti alla stessa identità societaria (caso: Lusben – Benetti). In altri casi il cantiere del new building crea partnership con l’azienda specializzata in attività di refit e organizzata secondo il modello di project management. I casi più in linea con questo terzo modello sono Baglietto e Mondo Marine.

Sono molte le iniziative che stanno nascendo lungo le coste del Paese e finalizzate a promuovere nuovi poli produttivi e di servizi nell’ambito di tale attività. A titolo di esempio viene riportato di seguito l’estratto di un progetto elaborato dal Comune della Spezia, che sta vedendo la luce.

LA SPEZIA E L’AREA “DELLE CASERMETTE”, CASE STUDY DI UN MODELLO

Premessa: lo studio, condotto per conto del Comune della Spezia, si è posto l’obiettivo di tracciare i dimensionamenti e gli elementi progettuali logistici di massima delle più opportune attività operative nautiche, per l’area cosiddetta “Delle Casermette”. In tale ambito, è apparsa fortemente motivata, alla luce delle considerazioni di mercato, la finalizzazione dell’area alle attività del “Service” e del “Refit & Repair” nello yachting di eccellenza, unitamente ad una piccola area dedicata al “Dry Storage” (servizio di ricovero a secco per le piccole medie unità) quale complemento utile a soddisfare coerentemente la domanda della flotta stanziale/residenziale. Lo studio aveva infatti dimostrato come la catena dei servizi al diporto nel suo complesso, oltre ad interpretare le logiche attuali del mercato, potesse rappresentare una componente fondamentale del sistema del valore della nautica da diporto del Golfo.

Estratto dal Progetto:

Le motivazioni per dedicare l’area al “Refit & Repair” per yacht di medie/grandi dimensioni

Come visto, le attività del Refit & Repair nello yachting, consistono in genere nella riparazione dello scafo, degli interni, e spesso dell’unità nella sua interezza. Fanno quindi capo a tali processi, l’ordinaria manutenzione, il refitting connesso alla ristrutturazione totale dell’imbarcazione ed il rimessaggio, nonché i servizi di ricovero delle unità presso strutture a terra, oltre alla necessaria movimentazione delle stesse.

Osservando le aziende nautiche italiane leader nel Mediterraneo che oggi si pongono a livello industriale nel segmento del refit & repair, queste sono dotate di aree molto ampie, tanto a terra, quanto in acqua. Un esempio è dato da Amico & Co., cantiere leader nel settore della riparazione di yacht di grandi dimensioni, che nella sua sede genovese vanta ben 12 strutture al coperto, completamente climatizzate ed isolate le une dalle altre per un totale di 30.000 m quadrati, un bacino

coperto per navi fino a 200 metri, una gru tipo “syncro” da 200 tonnellate, un Travel da 300, un Travel da 510 tonnellate e 10.000 metri quadri di banchine senza limitazioni.

In ogni caso, anche per strutture più tipicamente dedicate a yacht di medie dimensioni (20/40 metri) l’organizzazione non può prescindere da una figura/squadra addetta al management tecnico atto a coordinare diverse squadre di maestranze particolarmente specializzate per garantire ogni genere di lavorazione necessaria. Normalmente non meno di una decina di ditte esterne fanno capo alla struttura con propri spazi nell’area di lavoro, per poter assicurare il più adeguato livello qualitativo e continua disponibilità.

L’area oggetto di tali attività dovrebbe potersi proporre come polo di eccellenza nelle lavorazioni connesse al Refit & Repair nel segmento di mercato degli yacht di medio/grande dimensione (20/40 metri), attraverso la sinergia operativa di un complesso significativo di aziende nautiche della subfornitura tipicamente rivolte a questo segmento cantieristico.

Nei termini della superficie minima da adibire a tale attività, si dovrebbe provvedere la disponibilità di un’area non inferiore ai 30,000 metri quadrati, comprensiva di una superficie coperta di circa 15,000/16,000 mq. Occorre tenere presente che una struttura coperta dedicata alle lavorazioni, di lunghezza di circa 70 metri per 20 metri di larghezza, con altezza disponibile di 15 metri, può oggi ospitare imbarcazioni fino a 40/45 metri. Vale anche la pena sottolineare come la presenza di una “cabina di verniciatura” in grado di servire yacht di tali dimensioni, risulterebbe essenziale per il valore qualitativo dell’offerta sui mercati nazionale ed internazionale.

In linea di massima le aree di competenza delle attività imprenditoriali strategiche e che dovrebbero trovare ospitalità, almeno parziale con una propria “postazione operativa” nell’iniziativa, risultano:

- Progettazione/Project Management
- Scafo (acciaio/alluminio/composito)
- Impianti elettrici
- Iberi e sistemi velici
- Motori e parti meccaniche
- Impianti idraulici e condizionamento
- Impianti elettromeccanici/elettronici
- Attrezzature di coperta ed allestimenti esterni
- Interior Design
- Allestimenti interni/falegnameria
- Controlli qualità/collaudi
- Rimessaggio/Alaggio e varo

Il modello organizzativo ideale, con l’obiettivo di configurare l’iniziativa come leader a livello qualitativo per grandi yacht di lunghezza fino ai 40/45 metri, dovrebbe contemplare la configurazione di una Società di “Project Management” cui faccia capo la gestione di tutti gli aspetti tecnici, logistici ed amministrativi da quando viene ricevuta la commessa fino alla conclusione della stessa.

Tale configurazione, oltre come detto a garantire l’ottimizzazione del valore aggiunto di tutto il complesso delle aziende di subfornitura, assume importanza primaria nei rapporti con il com-

mittente, tanto a livello di promozione sui mercati internazionali, quanto per la capacità di rispondere in qualsiasi momento ad ogni richiesta specifica.

Sotto il profilo tecnologico la peculiarità innovativa di tale proposta potrà inoltre assicurare un approccio “modulare” ai processi di lavorazione che tra l’altro contribuiranno ad ottimizzare in termini di compatibilità ambientale lo smantellamento e smaltimento di tutti i materiali presenti all’interno dell’area oggetto dell’intervento.

In tale ottica l’attività dovrebbe prevedere:

- Bonifica delle componenti dell’imbarcazione contaminate da sostanze pericolose;
- Smontaggio e rimozione di attrezzature, arredi interni, sovrastrutture dell’imbarcazione;
- Demolizione di componenti strutturali;
- Classificazione e archiviazione dei dati dei rifiuti derivanti dallo smantellamento e dalla demolizione
- Inventario e archiviazione dei potenziali Rifiuti e delle Sostanze Pericolose;

A margine è opportuno segnalare come la disponibilità di spazi acquei prospicienti, utili alle attività di finitura interno e refit leggero, costituisca elemento fortemente significativo per la bontà commerciale dell’iniziativa.

2.8 Il Consumatore

I DECISORI: “DECISION MAKER” E “DECISION INFLUENCER”

A differenza di molti settori merceologici e soprattutto rispetto ai beni di largo consumo, il processo decisionale finale da parte del “Decision Maker”, il Consumatore, (armatore o cantiere a seconda che si tratti di New Building o Refit & Repair) cioè di colui che decide la finalizzazione contrattuale e spende, è fortemente influenzato da diverse categorie di “Decision Influencers” che possono essere considerati come “filtri” o addirittura “barriere”, con diversi livelli di importanza, al raggiungimento dell’obiettivo finale.

Possiamo identificare come tali le seguenti figure professionali che caratterizzano in tal senso il mercato dello yachting:

- I Brokers
- Le “Charter Houses” (nel caso di unità in charter)
- Gli Yacht Manager
- I Designers, progettisti, architetti
- I Comandanti

In questo senso il complesso delle attività commerciali, di comunicazione e marketing dei cantieri e talvolta anche della filiera produttiva, non potranno prescindere da tali figure. Gli strumenti operativi delle aziende dovranno esprimere modalità e linguaggi spesso diversificati per conquistare la fidelizzazione di tutte le tipologie interessate al processo di acquisto.

Si tratta di un moderno approccio al mercato che in questi ultimi anni ha fatto sì che nascessero iniziative, eventi e dibattiti grazie ai quali oggi si può tracciare la consistenza ed il profilo della clientela e della catena dei decisori. Stanno nascendo anche utili sondaggi di opinione sempre più statisticamente affidabili che delineano le motivazioni di “acquisto” con particolare riguardo alle due principali figure dell’Armatore e dei Comandanti dei grandi yacht.

*“WHAT OWNERS WANTS” (COSA CHIEDE IL CLIENTE)**

*Analisi di Superyacht Report

Trasparenza: necessità di conoscere esattamente i costi di gestione, che sia stato pagato il giusto prezzo (riferimento a indici o indicatori di mercato reali e validati). L’industria nel suo complesso deve essere più trasparente e comunicare meglio. Alla fine ne risulterà un mercato competitivo ma con regole ed atteggiamenti “corretti” a tutto vantaggio della chiarezza e tranquillità degli armatori.

Onestà: disinformazione e disonestà dell’informazione, rappresentano il “file rouge” del passato. La crisi e una maggior professionalità degli operatori del settore detta oggi regole diverse e meno tolleranti nei confronti di tali mancanze. La cantieristica e la sua catena produttiva (supply chain e subcontractors) devono supportare il proprio prodotto o servizio e assicurarsi che quando vengono fatte promesse queste vengano realmente mantenute anche oltre le aspettative. L’armatore vuole comprare ciò di cui necessita e non semplici promesse.

Divertimento: questa oggi è la vera motivazione che spinge l’armatore ad acquistare uno yacht. Non si può più pensare che spendere 30 milioni di euro per poi passare sei settimane a bordo a risolvere grane e problemi sia considerabile come un piacere

Buone performances e affidabilità: garantire affidabilità, prestazioni e servizio in tutte le circostanze connesse allo yacht, deve essere un must. Occorre cancellare la visione passata di “un’accozzaglia” di tecnici a bordo a gestire failure e malfunzionamenti dei primi 2 anni di vita della barca. Diventa essenziale assicurare “qualcosa che veramente funzioni”.

Basta scuse e colpe: diventa essenziale farsi carico nei confronti del cliente di tutta la filiera lunga di produzione, conoscere la radice dei problemi per poter essere un interfaccia credibile, tanto nelle fasi di costruzione del nuovo yacht, quanto nei casi di assistenza allo yacht operativo.

Più tempo a bordo: le più recenti indagini condotte su un campione di 60 grandi yacht rivelano una permanenza media a bordo di circa 3,5 settimane, 48,5 all’ormeggio. E’ imperativo dunque incoraggiare maggior tempo dell’armatore speso a godersi l’investimento fatto.

Un equipaggio fedele e leale: si potrebbe dire “prenditi cura dell’equipaggio e l’equipaggio si prenderà cura di te” E’ un concetto essenziale per assicurare all’armatore un prodotto completo

No alle sorprese: gli armatori non amano sorprese a meno che non siano positive.

Meno burocrazia: è concepita come un ostacolo e inutile quando non è motivata. Anche gli aspetti contrattuali (specifiche e contratti) dovranno essere ben predisposti e completi, ma il più possibile semplici.

“WHAT CAPTAINS WANTS” (COSA CHIEDE IL COMANDANTE)*

*fonte: NAVIGO-TheDocks

Le tavole a seguire riassumono l’indagine ragionata, svolta da TheDocks per conto di Yare-Navigo durante il recente convegno Italian SuperYacht Forum svoltosi a Viareggio, su un campione rappresentativo di oltre un terzo dei Comandanti presenti ai quali sono state poste alcune domande fondamentali per comprendere il loro processo decisionale.

- Il profilo medio degli intervistati risulta essere:
- Età: 52 anni
- Nazionalità: Britannici, Americani, Francesi, Greci, Italiani
- Lunghezza media Yacht attuale di imbarco: 42 mt
- Numero componenti equipaggio sotto comando: 10,18
- Comandi precedenti: 8,57
- Esperienze importanti di refit: 3,75

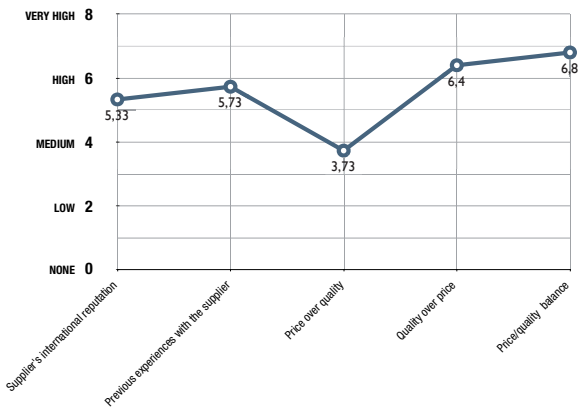
I risultati dell’indagine vengono proposti sotto forma di grafici nella loro impostazione e lingua (inglese) originali.

I temi trattati, ognuno dei quali corrisponde ad un quesito posto ai comandanti, risultano i seguenti:

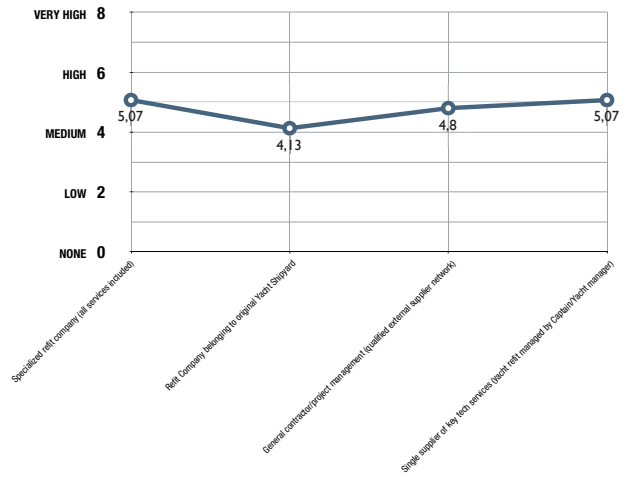
1. Nella circostanza di un contratto di refit & repair, quali sono gli elementi chiave per la scelta di un fornitore ?
2. Quale priorità viene data nella scelta in termini di struttura organizzativa ?
3. Quali sono i servizi offerti più apprezzabili ?
4. I servizi tecnici più importanti ?
5. Quanto vale nella scelta la dislocazione e la logistica territoriale ?
6. Quali tra le seguenti categorie consulti prima di scegliere ?

7. Fra questi ruoli chi ti influenza maggiormente nella decisione finale ?
8. Dove ottieni informazioni sui fornitori ?
9. Utilizzi/sei registrato ad uno specifico blog/social network professionale ?
10. Quali sono gli elementi chiave che vorresti trovare in un blog professionale ?

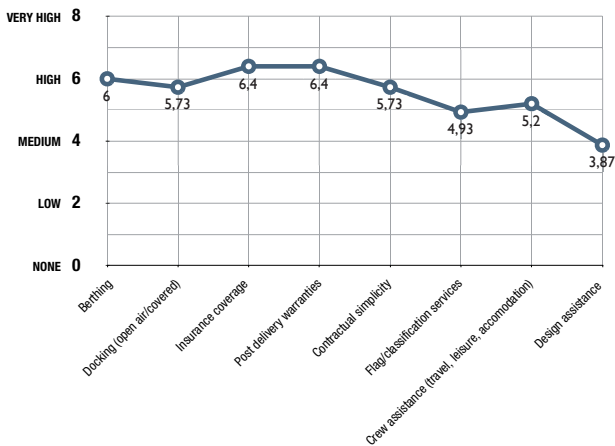
WHEN IT COMES TO DEFINING A REFIT CONTRACT, WHAT ARE THE KEY ELEMENTS FOR CHOOSING A SUPPLIER?



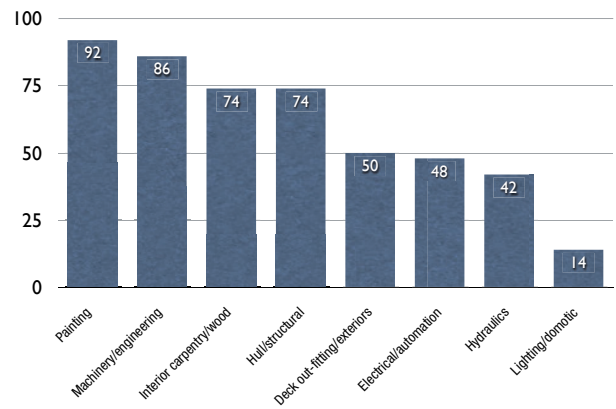
COMPANY STRUCTURE / ORGANIZATION



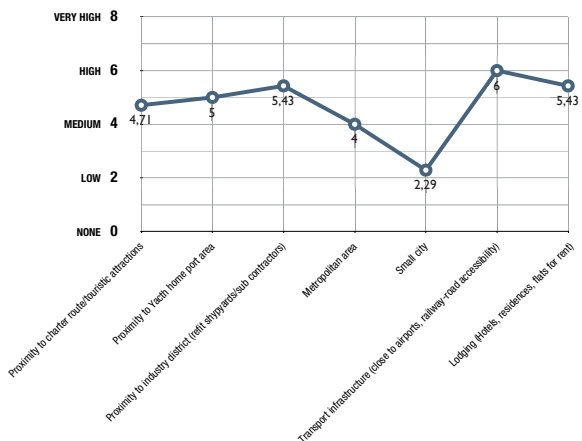
SERVICES OFFERED



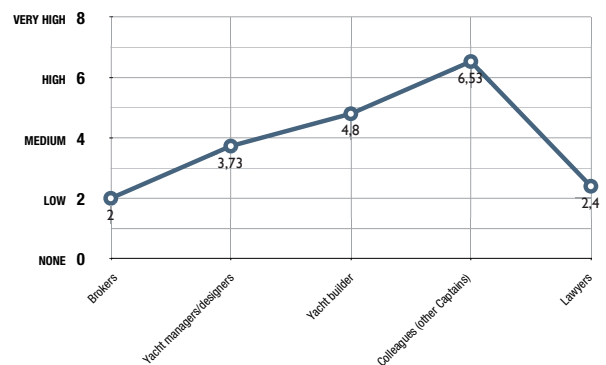
KEY TECHNICAL SERVICES



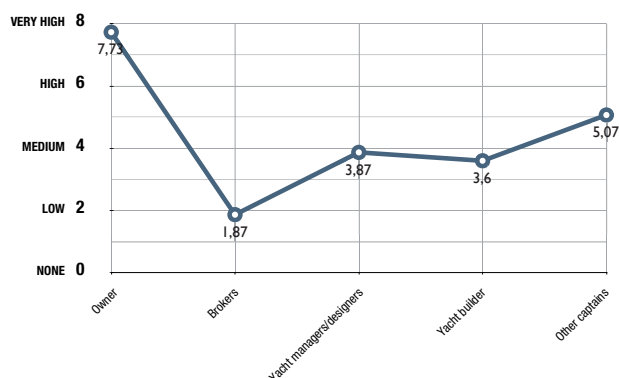
TERRITORY SUPPLIER GEOGRAPHICAL ALLOCATION & LOGISTIC



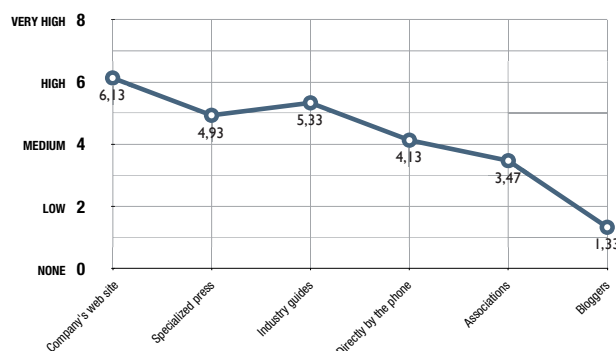
WHICH OF THE FOLLOWING CATEGORIES DO YOU CONSULT BEFORE CHOOSING A REFIT SUPPLIER?



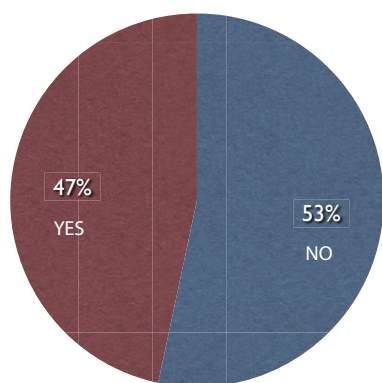
AMONG THE FOLLOWING ROLES,
WHO INFLUENCES YOUR FINAL DECISION THE MOST?



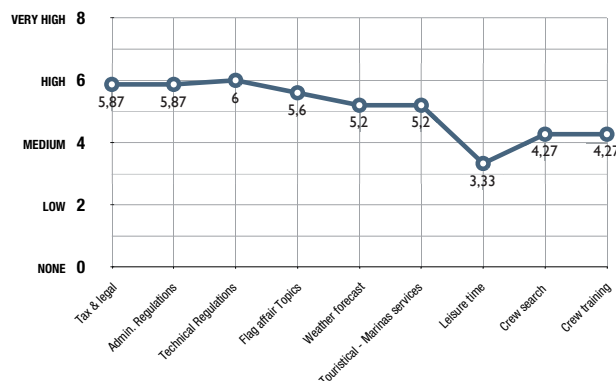
WHERE DO YOU GET SUPPLIER INFORMATION?



DO YOU USE/ARE YOU REGISTERED, AT ANY SPECIFIC YACHTING BLOGS
DEDICATED TO CAPTAINS/CREW MEMBERS?



WHAT ARE THE KEY ISSUES YOU WOULD LIKE TO FIND
IN AN INTERNET BLOG/WEB SITE?



Risulta anche interessante riassumere i commenti e le esigenze emerse nel corso di due interessantissime giornate di scambi di opinioni tavole rotonde tematiche e incontri face to face, sempre tenutisi in seno a YARE 2013 :

1. Esigenza di miglior comunicazione e scambio di informazioni tra I cantieri, i subfornitori e i comandanti, per assicurare coerenza e conoscenze reciproche.
2. Opportunità di crescita delle performance nella manutenzione del complesso dell'apparato motore e delle relative "key parts", per favorire il lavoro dei direttori di macchina a bordo.
3. Necessario un cambio di mentalità delle maestranze per favorire collaborazione tra comandanti e aziende fornitrici.
4. Quando viene consegnata una nuova unità, essa deve essere accompagnata da un opportuno set di manuali e istruzioni che indichino chiaramente il funzionamento di tutti I sistemi e gli impianti di bordo.
5. Se qualcosa non funziona a bordo il comandante deve poter ricevere pronta e utile risposta alle sue richieste di assistenza e intervento
6. Fornitori, subfornitori e al limite anche project managers in cantiere dovrebbero rimanere gli stessi per tutta la durata della costruzione o della commessa.

7. Verniciatori e fornitori di vernici, unitamente con I cantieri devono “fare squadra” per assicurare le condizioni più opportune per procedere alla lavorazione della barca.
8. I cantieri devono elaborare con maggior attenzione I necessari piani di lavoro che garantiscano una miglior integrazione con I propri fornitori e naturalmente un miglior servizio.
9. I Marina gli operatori portuali devono garantire un complesso normative e burocratico più chiaro e semplice, particolarmente per gli aspetti fiscali lungo le coste italiane. Devono essere ancor più partner dei comandanti per risolvere questi problemi.
10. Le soluzioni progettuali a bordo devono sempre più tener conto delle esigenze di sicurezza degli equipaggi e ove possibile garantire loro più spazi interni per equipaggiamento e depositi dei materiali.

2.9 Analisi comparata industria e mercati globali grandi yacht

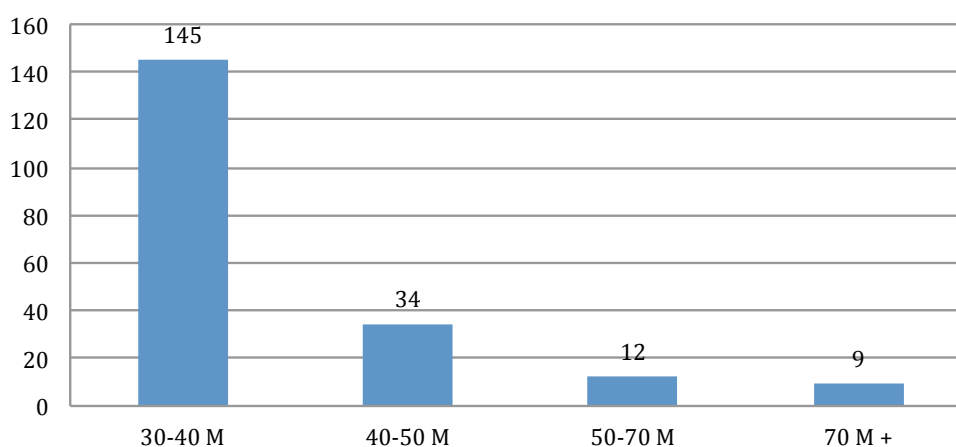
Superyachtintelligence.com ha recentemente messo a confronto dati e valutazioni di mercato della principali Aree/Paesi produttori di grandi yacht a livello globale. Di seguito viene riportata una sintesi dei dati consuntivi, utili ad osservare i diversi orientamenti di mercato.

Asia

Taiwan e Cina dominano la scena del mercato asiatico; Taiwan in particolare sta mostrando segni importanti di ripresa che trovano riflesso nel portafoglio ordini globale 2014. Tutt'ora per molti dei cantieri asiatici l'obiettivo principale rimane comunque il perseguimento degli standards europei. Interessante l'esperienza recentemente condotta da alcuni cantieri emergenti che impiegano mano d'opera e know-how europei per incrementare qualità e affidabilità. Nei Paesi costieri asiatici le nuove sfide consistono anche nel creare iniziative di service e refit per rispondere ad un mercato locale crescente legato ai grandi yacht.

Totale yachts consegnati ad oggi	200
Lunghezza f.t totale yachts consegnati ad oggi	7,718m
Lunghezza f.t. media yachts consegnati	38.6m
Quota percentuale della flotta globale	4%
Yachts consegnati nel 2013	9
Cantieri che hanno consegnato yachts nel 2013	5
Yachts in costruzione al 1 Gennaio 2014	29
Lunghezza f.t. totale yachts in costruzione	1,172m
Lunghezza f.t. media yachts in costruzione	40.4m
Quota percentuale del portafoglio ordini globale	7%
Cantieri con yachts in ordine al 1 Gennaio 2014	9

Yachts consegnati ad oggi per fasce dimensionali (Asia)

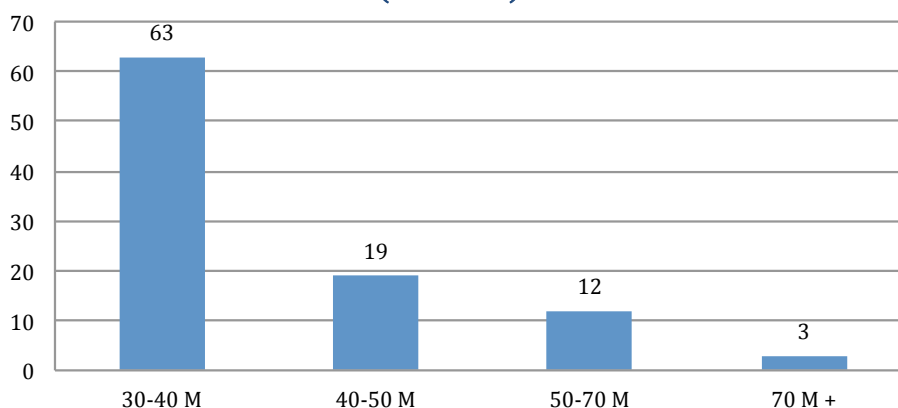


Australia e Nuova Zelanda

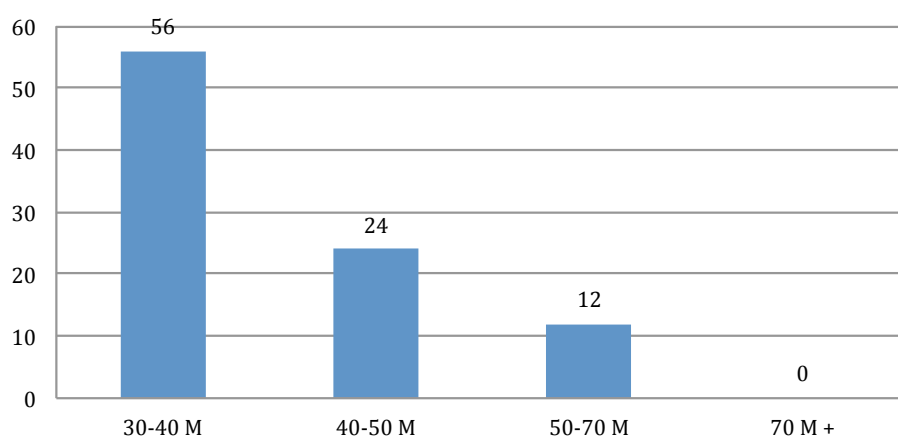
Le performances produttive di questi due Paesi non sono di particolare successo, se si considera che insieme totalizzano solamente 7 ordini. Non si registra tuttavia una sofferenza della catena produttiva in quanto il mercato risulta in linea con gli anni precedenti. L'impegno sul territorio è di promuovere l'attenzione di nuovi clienti verso il mercato dei grandi yacht, supportando anche gli investimenti territoriali in materia di logistica e di servizi.

	<i>Australia</i>	<i>N.Zelanda</i>
Totale yachts consegnati ad oggi	97	92
Lunghezza f.t. totale yachts consegnati ad oggi	3,874 m	3,620
Lunghezza f.t. media yachts consegnati	40 m	39.3 m
Quota percentuale della flotta globale	2%	2%
Yachts consegnati nel 2013	0	2
Cantieri che hanno consegnato yachts nel 2013	0	1
Yachts in costruzione al 1 Gennaio 2014	3	4
Lunghezza f.t. totale yachts in costruzione	243 m	168.1 m
Lunghezza f.t. media yachts in costruzione	80.6 m	42 m
Quota percentuale del portafoglio ordini globale	0.75%	1%
Cantieri con yachts in ordine al 1 Gennaio 2014	1	3

Yachts consegnati ad oggi per fasce dimensionali (Australia)



Yachts consegnati ad oggi per fasce dimensionali (N.Zelanda)



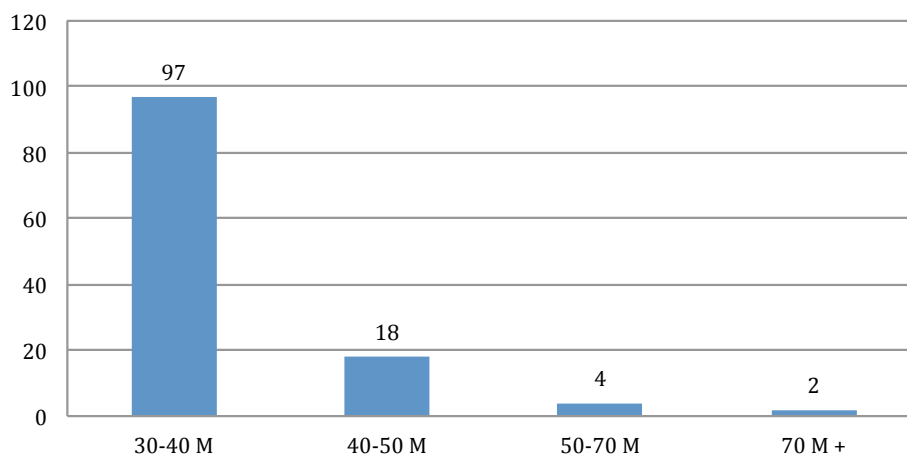
Francia

Il portafoglio ordini della Francia è contenuto per quanto riguarda le nuove costruzioni. Come noto il Paese ha acquisito invece una leadership importante nel segmento del refit rivolto alle grandi unità, riflesso anche della forte competitività a livello europeo in tema turistico e dei servizi allo yacht operativo.

Tale orientamento, che fa della Francia uno dei più importanti Hub per i grandi yacht, sta generando anche una forte competenza in seno alla filiera dei servizi tecnici rivolti al refit e all'assistenza in genere.

Totale yachts consegnati ad oggi	121
Lunghezza f.t. totale yachts consegnati ad oggi	4,338 m
Lunghezza f.t. media yachts consegnati	35.9 m
Quota percentuale della flotta globale	2.5%
Yachts consegnati nel 2013	0
Cantieri che hanno consegnato yachts nel 2013	0
Yachts in costruzione al 1 Gennaio 2014	3
Lunghezza f.t. totale yachts in costruzione	166.8 m
Lunghezza f.t. media yachts in costruzione	55.6 m
Quota percentuale del portafoglio ordini globale	0.75%
Cantieri con yachts in ordine al 1 Gennaio 2014	3

**Yachts consegnati ad oggi per fasce dimensionali
(Francia)**

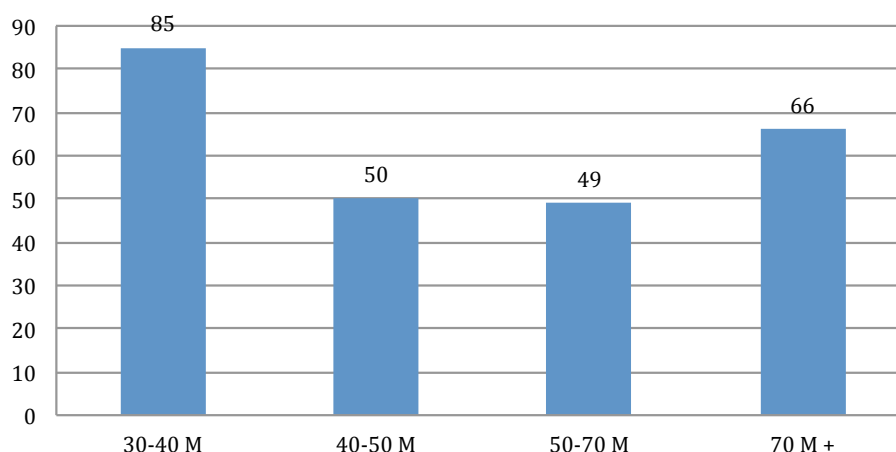


Germania

Si tratta del Paese leader mondiale dei cosiddetti “Giga yachts”, le unità cioè di grandissime dimensioni. Il ruolo di leader è stato definitivamente consacrato nel 2013 con la consegna di Az-zam, con i suoi 180 metri, yacht attualmente più lungo al mondo. Si consideri che la lunghezza media delle nuove costruzioni in Germania è pari a 80.6 metri, a fronte della media globale che risulta pari a 47.8. Il focus principale è sui motor yacht, salvo poche eccezioni (cantiere Nobir-skrug) ed in particolare sugli ordini “one off”, cioè singoli progetti customizzati. Il settore delle nuove costruzioni è il core business del Paese, affiancato ad una fortissima crescita della filiera su ambiti di eccellenza quali l’interior, la carpenteria e l’impiantistica.

Totale yachts consegnati ad oggi	250
Lunghezza f.t. totale yachts consegnati ad oggi	14,338 m
Lunghezza f.t. media yachts consegnati	57.35 m
Quota percentuale della flotta globale	5.5%
Yachts consegnati nel 2013	5
Cantieri che hanno consegnato yachts nel 2013	3
Yachts in costruzione al 1 Gennaio 2014	24
Lunghezza f.t. totale yachts in costruzione	1,934 m
Lunghezza f.t. media yachts in costruzione	80.6 m
Quota percentuale del portafoglio ordini globale	6%
Cantieri con yachts in ordine al 1 Gennaio 2014	5

**Yachts consegnati ad oggi per fasce dimensionali
(Germania)**

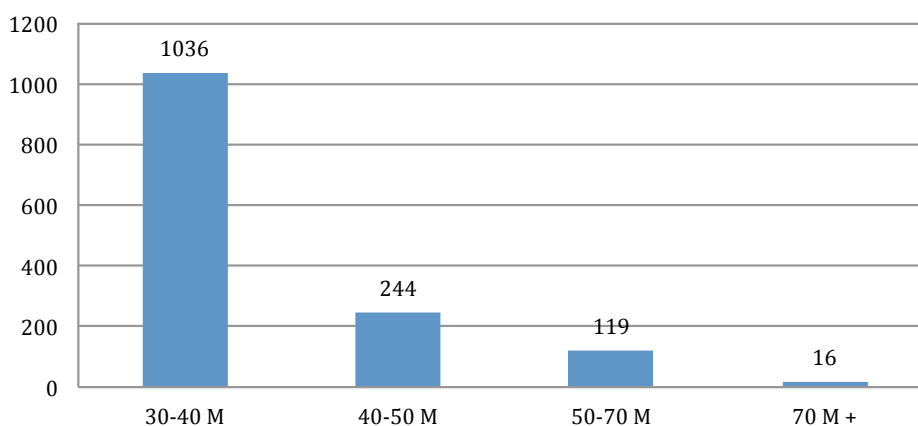


Italia

Come visto il Paese sta affrontando un quinquennio molto delicato, ma rimane tutt'ora leader globale per numero di yachts in costruzione. Si tratta per la stragrande maggioranza di motoryachts ed in buona percentuale di progetti "semi-customizzati", associati cioè ad una sorta di progettazione-produzione di serie declinata seconda le esigenze dei singoli clienti. Questa peculiarità costituisce forse una delle principali motivazioni del successo italiano. Ad essa si associa l'apprezzamento del Made in Italy che oggi pone la cantieristica italiana in una posizione di forte opportunità nei confronti dei mercati emergenti, quali Cina e Brasile.

Totale yachts consegnati ad oggi	1415
Lunghezza f.t. totale yachts consegnati ad oggi	53,478 m
Lunghezza f.t. media yachts consegnati	37.8 m
Quota percentuale della flotta globale	29%
Yachts consegnati nel 2013	60
Cantieri che hanno consegnato yachts nel 2013	25
Yachts in costruzione al 1 Gennaio 2014	151
Lunghezza f.t. totale yachts in costruzione	6,714 m
Lunghezza f.t. media yachts in costruzione	44.58 m
Quota percentuale del portafoglio ordini globale	37%
Cantieri con yachts in ordine al 1 Gennaio 2014	30

Yachts consegnati ad oggi per fasce dimensionali (Italia)

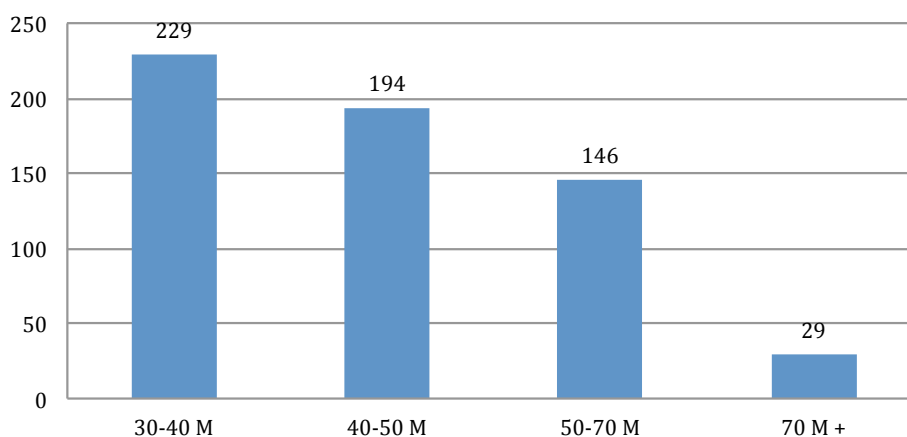


Olanda

E' tutt'ora considerate l'industria più affidabile e qualitative nel mercato dei grandi yachts, tanto a motore quanto a vela. Anche il 2014 si preannuncia ricco di ordini su entrambe i segmenti, con una lunghezza media pari ai 57 metri. Significativo il passo oltre i 100 metri di lunghezza che compierà Feadship nel 2014 con la consegna dello scafo n.808 di 101.5 metri. Molto apprezzata anche la filiera produttiva della cantieristica.

Totale yachts consegnati ad oggi	598
Lunghezza f.t totale yachts consegnati ad oggi	27,335 m
Lunghezza f.t. media yachts consegnati	45.7 m
Quota percentuale della flotta globale	12%
Yachts consegnati nel 2013	21
Cantieri che hanno consegnato yachts nel 2013	11
Yachts in costruzione al 1 Gennaio 2014	51
Lunghezza f.t. totale yachts in costruzione	2,886 m
Lunghezza f.t. media yachts in costruzione	56.5 m
Quota percentuale del portafoglio ordini globale	12%
Cantieri con yachts in ordine al 1 Gennaio 2014	17

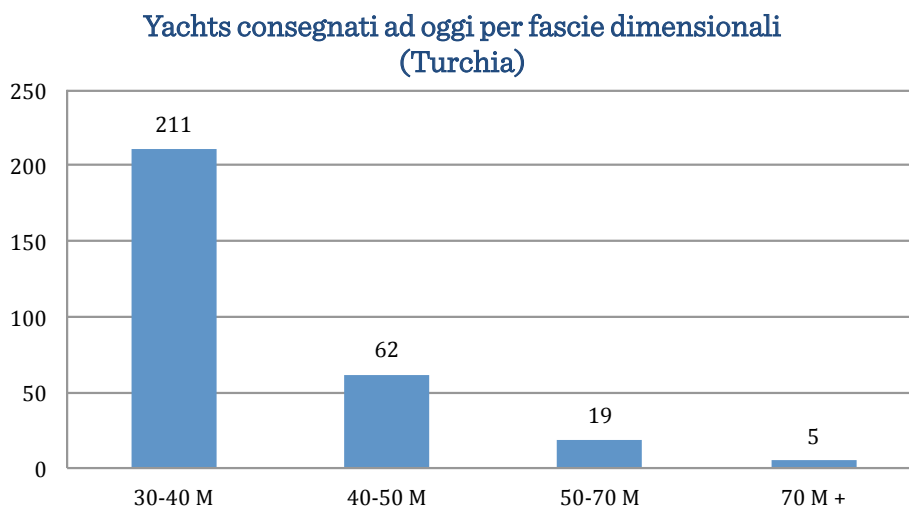
Yachts consegnati ad oggi per fasce dimensionali (Olanda)



Turchia

Conferma la posizione di leader nei primi tre produttori mondiali per numeri di grandi yacht. E' la scelta ideale nel rapporto qualità/prezzo che scaturisce da un'esperienza del mondo commerciale navale, progressivamente ri-orientata e resa credibile anche nei confronti del mercato della nautica. Sul tema del refit oggi la Turchia occupa una posizione importante a livello globale, grazie anche ad una catena di sub-fornitura di grande affidabilità. Significativi anche gli investimenti pubblici per incentivare il turismo nautico dei grandi yacht lungo le coste turche.

Totale yachts consegnati ad oggi	598
Lunghezza f.t totale yachts consegnati ad oggi	27,335 m
Lunghezza f.t. media yachts consegnati	45.7 m
Quota percentuale della flotta globale	12%
Yachts consegnati nel 2013	21
Cantieri che hanno consegnato yachts nel 2013	11
Yachts in costruzione al 1 Gennaio 2014	51
Lunghezza f.t. totale yachts in costruzione	2,886 m
Lunghezza f.t. media yachts in costruzione	56.5 m
Quota percentuale del portafoglio ordini globale	12%
Cantieri con yachts in ordine al 1 Gennaio 2014	17

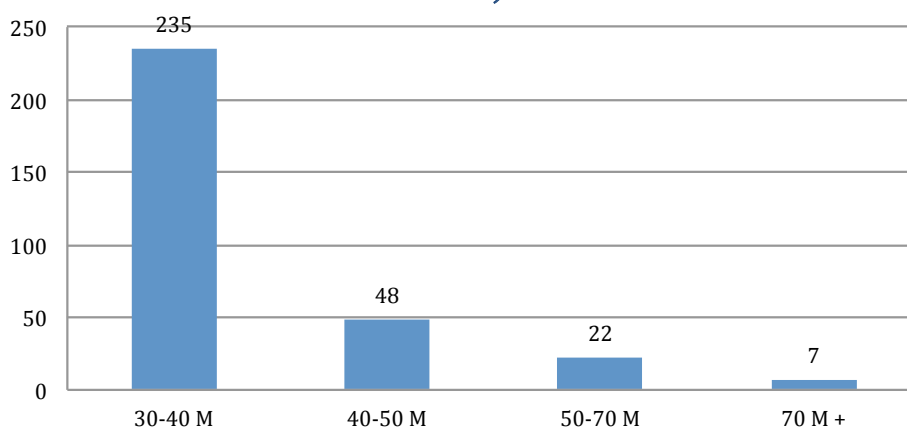


Regno Unito

Sono pochi, ma con molti ordini, i cantieri che rendono il Regno Unito ancora in buone condizioni sul mercato globale, con particolare attenzione alla produzione “semi-customizzata”, non a caso fortemente competitor del nostro Paese. A Sunseeker e Princess nel settore delle nuove costruzioni, si affianca Pendennis in seno al refit. Di forte rilievo l’importanza a livello globale le aziende inglesi nel brokerage e nella progettazione.

Totale yachts consegnati ad oggi	312
Lunghezza f.t. totale yachts consegnati ad oggi	11,822 m
Lunghezza f.t. media yachts consegnati	37.9 m
Quota percentuale della flotta globale	6.5%
Yachts consegnati nel 2013	15
Cantieri che hanno consegnato yachts nel 2013	3
Yachts in costruzione al 1 Gennaio 2014	15
Lunghezza f.t. totale yachts in costruzione	545 m
Lunghezza f.t. media yachts in costruzione	36.3 m
Quota percentuale del portafoglio ordini globale	3.5%
Cantieri con yachts in ordine al 1 Gennaio 2014	4

Yachts consegnati ad oggi per fasce dimensionali (Regno Unito)

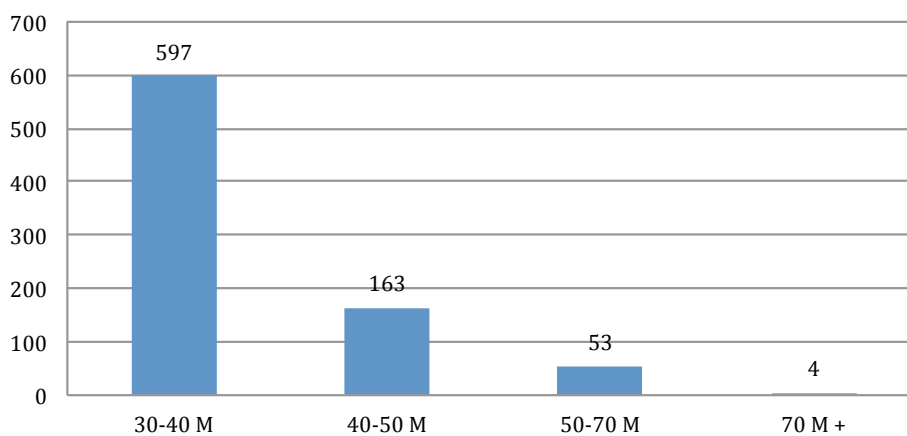


Stati Uniti

Lo stato della cantieristica americana mostra facce alterne con cantieri che mostrano ottime performances e altri che soffrono altrettanto. Benché il mercato americano sia molto importante per i grandi yacht, questo non viene automaticamente associato all'offerta produttiva di grandi yachts del Paese. Sono in ogni caso forti gli investimenti per sviluppare anche il mercato turistico dei grandi yacht grazie anche ad un significativo tessuto di brokerage e di aziende del charter.

Totale yachts consegnati ad oggi	817
Lunghezza f.t. totale yachts consegnati ad oggi	30,920 m
Lunghezza f.t. media yachts consegnati	37.8 m
Quota percentuale della flotta globale	17%
Yachts consegnati nel 2013	10
Cantieri che hanno consegnato yachts nel 2013	5
Yachts in costruzione al 1 Gennaio 2014	30
Lunghezza f.t. totale yachts in costruzione	1,414 m
Lunghezza f.t. media yachts in costruzione	47 m
Quota percentuale del portafoglio ordini globale	7.5%
Cantieri con yachts in ordine al 1 Gennaio 2014	7

**Yachts consegnati ad oggi per fasce dimensionali
(Stati Uniti)**





3

Analisi del mercato italiano

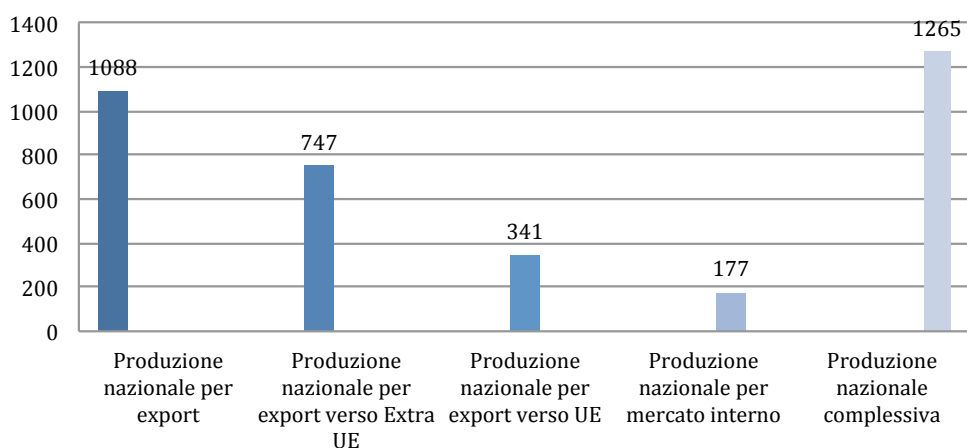
3.1 Produzione nazionale e cantieristica

LA PRODUZIONE ITALIANA NEL SUO COMPLESSO*

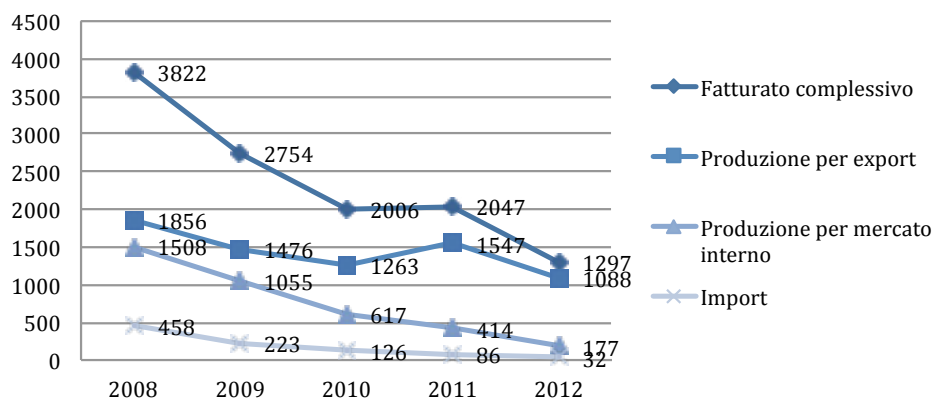
(fonte: *Nautica in Cifre*)

La filiera della nautica da diporto include un vasto insieme di attività, soggetti, imprese e professionalità, coinvolte nell'intero "ciclo di vita" del prodotto, classificabili, in termini generali, in quattro macro comparti: la cantieristica, che fa riferimento alla produzione di imbarcazioni propriamente detta; l'accessoristica, che annovera una moltitudine di forniture, dai materiali, ai componenti per l'assemblaggio, alle attrezzature di bordo, ecc.; la motoristica e il refit/service, termine che comprende i diversi servizi che si occupano di riparazione, manutenzione e rimesaggio, e che occupano uno spazio economico e funzionale di primo piano all'interno del settore.

Se si osserva in particolare la cantieristica delle unità da diporto si comprende facilmente come la produzione nazionale sia totalmente rivolta verso l'estero: meno di un quinto della produzione italiana trova sbocco sul mercato nazionale. I dati aggiornati al 2012 della "*Nautica in Cifre*", relativi alla produzione cantieristica, rivelano come spesso i mercati esteri di interesse siano mercati "lontani": il 69% dell'export è indirizzato verso paesi extra UE. Il valore in assoluto di tale circostanza evidenzia indubbiamente una caratteristica di forza di questo settore della nautica italiana, che vanta un elevato grado di competitività internazionale del sistema produttivo del Paese grazie a design, innovazione, qualità, cura costruttiva e personalizzazione del prodotto.



Se osservando in valore assoluto le quote di export sul totale della produzione emergono segnali positivi, nell'ultimo quinquennio vi è stata senza dubbio una profonda ristrutturazione del tessuto produttivo. Confrontando infatti i dati della produzione non si può non notare un calo vistoso del mercato nazionale, compensato solo in piccola parte dalla "tenuta" dei mercati internazionali. Rispetto al 2008, l'anno di massimo sviluppo del settore, il fatturato complessivo della cantieristica si è contratto di circa il 60%, passando da 3.822 milioni di euro (anno 2008) ai 1.297 (ultimo rilevamento al 2012). I grafici sottostanti mostrano l'andamento della cantieristica, nei suoi valori principali nel corso del quinquennio 2008-2012.

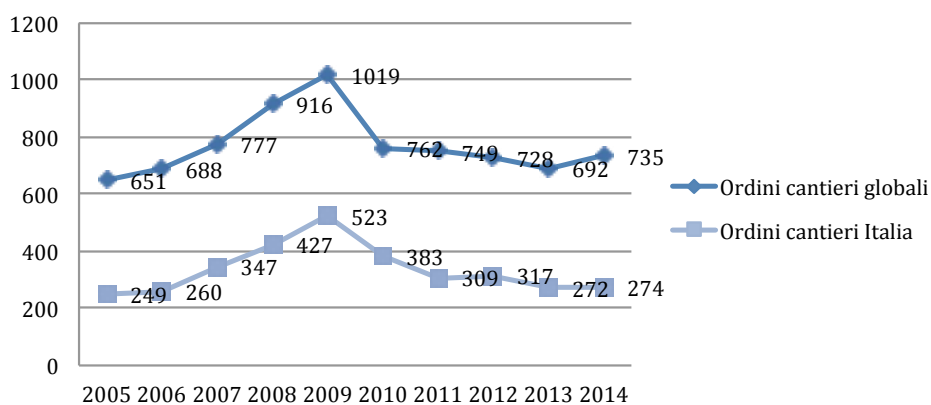


LA PRODUZIONE ITALIANA DEI GRANDI YACHT

Una considerazione a parte la merita il comparto dei grandi yacht che come noto rappresenta l'eccellenza della cantieristica italiana. In termini economici complessivi il segmento produttivo dei grandi yacht è il più importante per la nautica italiana, sia come cantieristica in senso stretto che come indotto (refitting e accessori). Le sue dinamiche sono differenti da quelle della nautica in generale, per questo motivo può essere interessante ricavare uno spaccato sul comparto dei grandi yacht, ricordando che sul piano tecnico convenzionalmente si considerano tali le imbarcazioni con una lunghezza superiore a 24 metri.

Dal grafico sottostante, si può osservare la rilevanza che la produzione italiana di grandi yacht (nel grafico si riportano i dati per L > 24 metri) assume nel contesto globale.

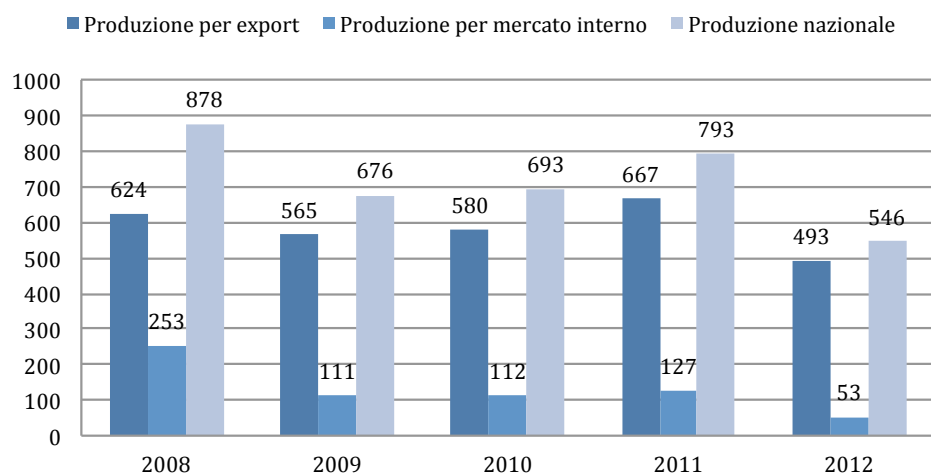
Andamento globale ordini Yacht L > 24 m in rapporto con ordini italiani



In termini invece di fatturato può essere utile osservare, analogamente a quanto fatto per la produzione cantieristica italiana nel suo complesso, l'andamento nel quinquennio. Vale tuttavia la pena ricordare che i dati sotto riportati si riferiscono ad un campione rappresentativo ma non esaustivo della produzione italiana di grandi yacht.

Benché come detto si tratti di un campione, è significativo riconoscere che nel 2012 la produzione italiana di grandi yacht verso l'export abbia superato il 90%.

Produzione cantieri italiani superyacht



GLI EFFETTI DELLA CRISI SULA PRODUZIONE NAUTICA ITALIANA

La crisi del settore nautico e dei super yacht si è registrata a livello mondiale con pesanti riflessi sul mercato nazionale, ma come si è visto, in modo forse meno incisivo per la realtà italiana dei grandi yacht. Sul fronte della filiera e della subfornitura della cantieristica dei grandi yacht, essendo il comparto organizzato a cerchi concentrici la crisi ha inciso in misura minore nei distretti tradizionali di tale cantieristica. E' il caso dell'area toscana, e dell'area marchigiana dove in effetti i fornitori all'interno del distretto hanno sofferto meno gli effetti della contrazione del mercato. In tali distretti tuttavia, l'orientamento delle imprese di fornitura di punta verso i mercati esteri ha generato comunque una contrazione sensibile che i rapporti economici stimano intorno al 30-40 %.

La componente artigianale, in seno all'indotto della cantieristica dei grandi yacht, gioca spesso un ruolo strategico, tanto nell'area delle nuove costruzioni, quanto nei servizi after market. Si stima che nell'arco della sua vita un grande yacht "produca" un valore di indotto non inferiore a

sei volte il suo valore di acquisto, di questi una buona parte sono indirizzati verso piccole imprese. La crisi, contraendo del 25% la produzione di super yacht, partendo dai cantieri si è riversata sulla filiera, riducendo marginalità e liquidità per le piccole imprese (e la conseguente difficoltà di accesso al credito).

Anche i rapporti contrattuali tra cantiere e cliente (armatore, broker, comandante, yacht manager) hanno generato problemi alla filiera. La crisi ha portato ad un maggior potere commerciale/contrattuale del cliente nei confronti del cantiere che a sua volta esercita il proprio potere contrattuale sui fornitori pretendendo forti riduzioni di costi in contro-partita dell'affidamento della commessa. Viceversa il comparto della manutenzione e dei servizi sta soffrendo meno, in quanto i grandi yacht che stazionano nel Mediterraneo non sono calate.

Molto spesso i cantieri operano una sorta di "aggregazione di sistema" utile ad organizzare, anche facendo massa critica, le diverse fasi produttive racchiuse nei know how delle singole piccole imprese. La crisi ha ridotto sensibilmente le strutture operative di molti cantieri che oggi individuano presso piccole imprese nei propri distretti territoriali molte di quelle competenze e maestranze che fino a pochi anni fa operavano direttamente all'interno del cantiere. La consuetudine di tale sistema organizzativo territoriale ha positivamente generato anche una serie di relazioni stabili tra piccole e piccolissime imprese nella costruzione di interi blocchi dell'unità, quasi a livello di filiera integrata.

In generale tuttavia le imprese del comparto non hanno intrapreso la strada dell'aggregazione o fusione finalizzate ad una crescita dimensionale. Secondo uno studio realizzato da NAVIGO la filiera dei super yacht coinvolge oltre 70 mestieri diversi, in grande parte presenti in imprese artigiane; "questo dato chiarisce la complessità costruttiva e le molteplici ed eterogenee competenze necessarie per realizzare un super yacht".

Anche per il cantiere l'aspetto finanziario costituisce spesso un problema. Un cantiere, a prescindere dall'entità della sua organizzazione, deve essere patrimonialmente molto solido, in quanto spesso deve far fronte ad anticipazioni di liquidità, per un prodotto, lo yacht, che ha tempi lunghissimi di realizzazione. Spesso il compratore, che per definizione è il soggetto solvibile, vincola il contratto di acquisto a forti fidejussioni, a garanzia che la costruzione dello yacht non si fermi per mancanza di liquidità del cantiere.

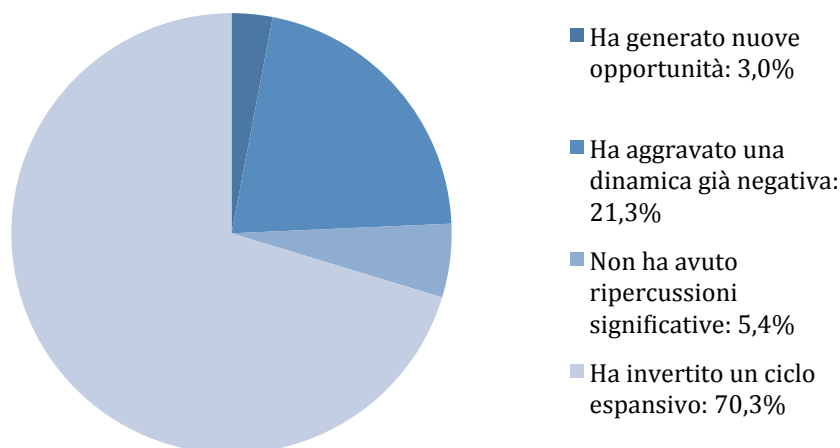
Si può affermare che la competitività di questo settore si giochi quasi esclusivamente sulla qualità del prodotto, in quanto quest'ultima può salvaguardare il valore del made in Italy rispetto all'offerta dei Paesi emergenti. L'approccio industriale sul prodotto di alcune realtà cantieristiche che aveva caratterizzato gli anni 90, si è oggi convertito in "industrializzazione dei processi organizzativi e produttivi". L'eccellenza qualitativa non è più solo riconducibile al "manufatto yacht" quanto piuttosto ad un sistema produttivo, fatto di molte imprese, che si muove ed articola verso questo obiettivo.

I già citati mutati rapporti di forza contrattuale tra cliente-cantiere-sub fornitore fanno sì che uno dei criteri di scelta da parte del cantiere sia anche la tenuta finanziaria del fornitore. Da questa considerazione emerge un limite delle aziende di filiera e dei distretti: le imprese hanno una dimensione troppo ridotta, non favoriscono le aggregazioni locali che permetterebbero loro di crescere dimensionalmente. A ciò si somma una scarsa capacità di comunicare all'esterno le proprie competenze e le proprie risorse.

Per far fronte a questo problema nascono iniziative atte a favorire il business e il networking anche tra le piccole aziende e la clientela. Un esempio è dato da YARE (Yachting after sales & refit exhibition) un evento sul territorio di Viareggio nato dall'idea di candidare il distretto anche alla manutenzione straordinaria delle barche e per promuovere sui mercati internazionali le capacità e le competenze distintive delle imprese del distretto.

Nel complesso invece del comparto e con particolare attenzione alle aziende componenti la filiera produttiva, vale la pena osservare la sintesi dei risultati emersi nel 2011 dalla prima edizione della ricerca tra le aziende del settore di CNA Produzione con il supporto di EURES e dell'Ufficio Studi CNA Nazionale, dal quale risultava che nel 70,3% dei casi la crisi economico-finanziaria degli ultimi anni ha invertito un ciclo espansivo; soltanto il 21,3% delle imprese intervistate affermava che la crisi avesse invece aggravato una dinamica già negativa, mentre più residuali apparivano le letture della crisi come generatrice di nuove opportunità (3%) o come fenomeno che non ha prodotto ripercussioni significative sul settore della nautica da diporto (5,4%).

Effetti della crisi nel biennio 2009-2011



D'altra parte una delle caratteristiche del settore nautico è la presenza, accanto ad imprese che vi lavorano in modo esclusivo, di una vasta rete di professionalità e mestieri applicati alla nautica accanto ad altri ambiti e settori economico-produttivi. Tale diversificazione, al di là di un'incidenza fisiologica probabilmente rilevabile in tutti i settori, si lega a fattori endogeni quali la stagionalità dei diversi segmenti della domanda (costruzione, allestimento, rimessaggio, refit, ecc.), l'alta specializzazione delle professionalità impiegate, spendibile in altri settori della costruzione e dell'arredo e, non ultimo, all'elevato contenuto di ricerca e innovazione dei materiali e delle lavorazioni del settore nautico.

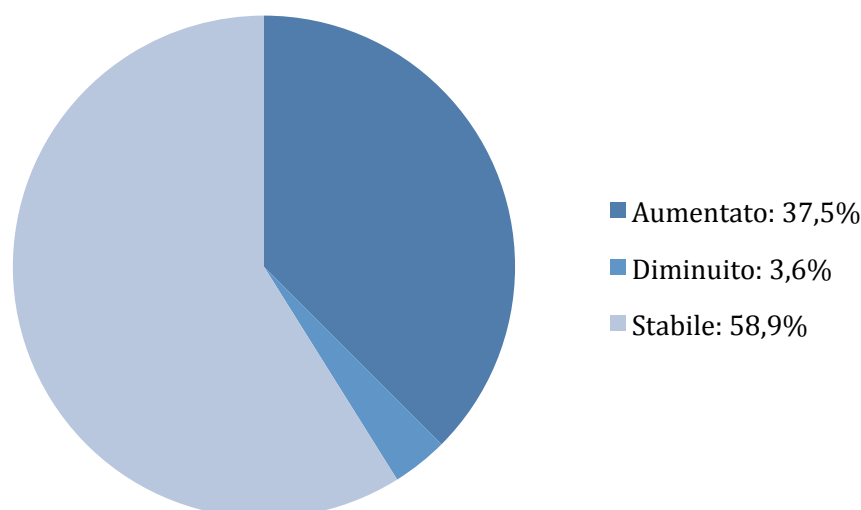
IL CONTRIBUTO DEL REFIT & REPAIR E DEL SERVICE ALLA FILIERA PRODUTTIVA

Come detto di particolare rilievo appare il tema del refit/service, ovvero, l'insieme delle attività riferibili alla manutenzione ordinaria, ma che in un'accezione più ampia possono prevedere sia la modifica estetica che quella strutturale dell'imbarcazione.

In effetti i diversi stakeholders associativi ed istituzionali concordano nell'assegnare al refit un valore rilevante nella composizione del fatturato nautico, sebbene con stime e letture spesso dissimili, legate evidentemente alle diverse prospettive e metodologie adottate.

Analizzando nel dettaglio l'incidenza del refit sul fatturato nautico emerge un valore medio relativo al triennio 2008-2011, pari al 35% ma con interessanti differenziazioni a seconda delle attività svolte dalle imprese intervistate. Sono le aziende della motoristica, con un peso medio del 63,2%, ad ottenere i maggiori ricavi dalle attività connesse al service e al refit caratterizzandosi per un servizio di assistenza e riparazione che prosegue anche dopo la vendita; così come, ovviamente, le imprese che si occupano proprio di refit che da questa attività producono il 59,2% del proprio fatturato.

Peso del refit nel fatturato degli ultimi 3 anni



L'IMPATTO DELLA CRISI ECONOMICA SUL SISTEMA DELLE PICCOLE IMPRESE

Significativo lo studio “Le trasformazioni delle filiere artigiane tra crisi economica e nuove opportunità competitive” realizzato nel Giugno 2013 dalla Camera di Commercio di Lucca e dall’Università degli Studi di Ferrara, con il supporto della CNA di Lucca e di Navigo. Lo studio partendo da una serie di interviste ad imprese del territorio, giunge a focalizzare i temi principali che caratterizzano lo scenario di mercato delle piccole medie imprese:

Cambia il panorama competitivo

Nella competizione globale sono cresciuti il peso e l’importanza delle economie emergenti. Se da un lato esse si presentano come nuovi e agguerriti concorrenti, dall’altro si configurano anche come nuovi clienti di beni finali, intermedi o di mezzi di produzione.

Sebbene ancora oggi il peso delle esportazioni verso questi mercati sia contenuto (6% nella provincia di Lucca nel 2011), impressiona comunque la crescita registrata: nella provincia di Lucca la quota nel 2011 è quasi quadruplicata rispetto al 2002. Inoltre, poiché tali Paesi hanno mostrato di essere più “immuni” alla crisi rispetto alle economie avanzate, la loro domanda di beni e servizi è cresciuta in modo più marcato proprio negli anni recenti (2010 e 2011) durante i quali anche nella provincia di Lucca si è registrata una vera e propria esplosione delle esportazioni verso le economie emergenti.

È evidente che tale tendenza caratterizzerà gli scenari di mercato dei prossimi anni per tutta la nautica italiana. In tale ottica si dovrà porre forte attenzione alle piccole imprese che per propria indole sono meno inclini ad orientare la propria produzione verso i mercati “lontani”.

Esiste una correlazione negativa tra andamento del fatturato e delle esportazioni

Dal confronto tra l’andamento del fatturato delle imprese artigiane e quello del valore complessivo delle esportazioni nella provincia di Lucca emerge un’evidente e marcata correlazione negativa. Fatta eccezione per gli anni in cui si è manifestata la crisi (2008 e 2009), tra il 2002 e il 2011 il valore delle esportazioni aumenta, mentre il fatturato delle imprese artigiane continua a ridursi. Coerentemente con quanto spesso è stato affermato negli anni recenti, ciò lascia supporre che il

perdurare della crisi economica sia legato più alle componenti interne della domanda che a quelle esterne e, quindi, che le imprese maggiormente capaci di operare sui mercati internazionali abbiano risentito meno della crisi.

Le imprese artigiane sono meno orientate all'export

L'accostamento di una variabile "artigiana" (fatturato) a una variabile "generalista", cioè relativa all'intero sistema delle imprese (valore delle esportazioni), porta a dedurre che nella provincia di Lucca le imprese artigiane siano meno orientate all'esportazione rispetto alle imprese non artigiane. Questo, infatti, spiegherebbe la correlazione negativa emersa tra le due variabili, suggerendo anche come l'artigianato possa incontrare maggiori difficoltà nel raccogliere i segnali di ripresa mostrati dai mercati internazionali.

L'occupazione resiste più del fatturato

L'occupazione si è rivelata negli anni una variabile molto più rigida del fatturato di fronte alla contrazione del ciclo economico registrando, quindi, variazioni assai più contenute. Nonostante questo esiste una forte correlazione tra le oscillazioni del fatturato e dell'occupazione nelle imprese artigiane che è andata poi attenuandosi tra il 2010 e il 2011 per via dell'aumento nel ricorso agli ammortizzatori sociali. Il risultato di tali fenomeni è che nel 2011 il numero di addetti è sostanzialmente tornato ai livelli del 2002, mentre il fatturato è complessivamente diminuito del -41,5%.

I sei pilastri per il futuro del distretto toscano

Dalle interviste emergono sei pilastri sui quali agire per salvaguardare il distretto: i) l'innovazione; ii) la crescita dimensionale dei piccoli; iii) il credito per disporre della necessaria liquidità; iv) la tenuta occupazionale, per salvaguardare la conoscenza tacita; v) il rafforzamento delle imprese del distretto che in virtù delle competenze acquisite riescono a vendere componenti anche su altri mercati rendendo più stabile e meno autoreferenziale la tenuta del distretto stesso; vi) un aumento della comunicazione delle competenze presenti nel distretto, anche facendo ricorso alle ICT.

Si può infatti affermare che le imprese di fornitura che hanno investito sull'innovazione non solo hanno patito poco la crisi ma addirittura sono riuscite a guadagnare quote di mercato lasciate libere dalle imprese che sono scomparse. Le imprese che hanno mantenuto alta la qualità, anche a costo di perdere qualche commessa, hanno reagito meglio alla crisi.

Il distretto ha compreso l'importanza cruciale dell'innovazione nella nuova competizione e nel dicembre del 2011 ha inaugurato il Polo d'Innovazione per la Nautica e le Tecnologie del mare, PENTA, di cui il Consorzio Navigo è il soggetto gestore. Data la giovanissima età del polo è ancora troppo presto per tracciarne un bilancio dell'attività. Tuttavia, ci interessa rimarcare l'importanza, strategica e comunicativa, del convogliare parte dell'innovazione distintiva in un unico centro di aggregazione territoriale, di idee, azioni e progetti. L'obiettivo di PENTA è quello di fare il manager per il trasferimento tecnologico. Ogni qualvolta un'impresa presenta un'idea o un'esigenza tecnologica da risolvere, PENTA, attraverso la sua rete di Università, CNR e centri di ricerca, si attiva per rintracciare le competenze atte a sviluppare l'idea imprenditoriale o a risolvere una data questione tecnica. PENTA si attiva anche per rintracciare i canali di finanziamento per sviluppare concretamente le idee innovative.

Innovazione significa anche utilizzo intelligente delle ICT e proprio una delle imprese artigiane intervistate che offre servizi per la nautica sta facendo ampio uso di queste tecnologie che gli hanno permesso di allargare il mercato, ad esempio delle prenotazioni dei posti barca.

Vantaggi e rischi di un'apertura internazionale

Da qualche anno si sta delineando una tendenza verso un'apertura internazionale, anche spinta dalla crisi, di alcuni artigiani che un tempo prestavano la loro opera unicamente per i cantieri di Viareggio. Il calo del lavoro ha spinto i fornitori a comportamenti competitivi più aggressivi che, se da un lato hanno valenza positiva che ne estende il portafoglio di commesse garantendo una maggior tutela all'impresa fornitrice, dall'altro espongono il distretto al rischio dell'imitazione del prodotto distintivo. Per questo motivo la nuova strada che si sta intraprendendo è quella di "ripensare" la barca nel suo complesso in maniera tale da offrire un prodotto che ha un valore intrinseco più elevato della semplice sommatoria delle componenti che lo formano. Pensare alla barca nel suo ciclo di vita significa considerare con maggiore attenzione le operazioni di manutenzione ordinaria e straordinaria e il refitting. Un armatore, anche se ha acquistato il megayacht a Viareggio può decidere liberamente dove effettuare le successive operazioni di manutenzione. Se ad esempio la barca è in Cina, gli sarà più facile farlo in un cantiere cinese. Per questo motivo, facendo anche leva sul processo di internazionalizzazione intrapreso da alcuni fornitori, il distretto potrebbe creare dei propri centri di competenza e manutenzione dislocati all'estero che utilizzano le maestranze della Versilia. Per un verso il distretto crea un suo "concorrente" straniero, in quando non si ha una completa ricaduta territoriale, dall'altro riesce a garantire lavoro e commesse per le singole competenze che poi operano anche a livello locale. Naturalmente è necessario prestare la massima attenzione, affinché non venga condiviso il patrimonio di conoscenza tacita degli artigiani viareggini, perché in questo caso nel tempo si creerebbe un vero concorrente in grado di minacciare le fondamenta del distretto stesso.

3.2 Flotta immatricolata in Italia

I dati relativi alle unità da diporto immatricolate sotto bandiera italiana (stante le norme attuali, le unità aventi L>10M), sono evidentemente puntuali in quanto forniti dagli Uffici preposti alla registrazione (Capitaneria di Porto, Motorizzazione Civile). Dall'ultima edizione (anno 2012) della pubblicazione "Il Diporto Nautico in Italia" del Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti si legge testualmente:

"Le statistiche presentate sia nell'ampia sintesi che nei successivi capitoli del compendio mettono anche in rilievo come al 31 dicembre 2012 risultino iscritte 104.738 unità da diporto (a fronte delle 106.332 rilevate al 31 dicembre 2011), delle quali 81.405 registrate negli Uffici Marittimi Periferici delle Capitanerie di Porto e 23.333 presso gli Uffici Provinciali della Motorizzazione Civile. Alla stessa data, i posti barca destinati al diporto sono risultati, complessivamente, 148.684. Rispetto agli anni immediatamente precedenti a quello oggetto di indagine, nel corso del 2012 si è assistito ad un'inversione di tendenza. Infatti, dopo un incremento, graduale e costante, rilevato tra il 2008 e il 2011, di più di 5.000 unità (+5,5%) nella consistenza del naviglio da diporto e di oltre 14.000 posti barca (+10,5%), a fine 2012 si è registrato un calo per entrambe le variabili, con una lieve diminuzione, pari allo 0,2%, per le unità da diporto ed un calo più accentuato (1,5%) per i posti barca."

Il rapporto evidenzia anche come si siano registrati cali significativi, tra il 2011 ed il 2012:

- per le unità iscritte dalla Motorizzazione Civile in Emilia Romagna (-5,2%);
- per i posti barca, nel Lazio (-19,5%)
- per i posti barca in Sardegna (-20,3%).

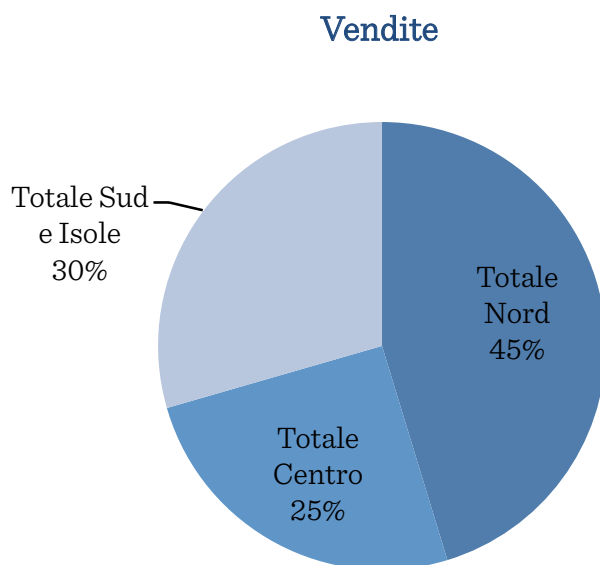
Sempre a livello di sintesi la pubblicazione evidenzia lo squilibrio in tema infrastrutturale tra le coste meridionali del Paese e quelle settentrionali, caratteristica ormai storicizzata in Italia quando si analizzano i dati del mercato interno:

- il rapporto numero posti barca/km di costa registra il suo valore minimo (11,3) in l'Italia Meridionale ed Insulare. Tale rapporto cresce invece significativamente nell'Italia Centrale (28,7) e nel Nord della Penisola (68,1). La media nazionale del rapporto numero posti barca/km di costa è pari a 19,3;
- l'indice di affollamento (rapporto percentuale unità iscritte/posti barca, evidenzia livelli fortemente inferiori alla media nelle regioni meridionali, ad eccezione della Campania, e sulle isole. Il valore nazionale dell'indice di affollamento nel 2012 è risultato pari a 70,4, con un aumento rispetto al 2011 (era 69,2). I valori maggiori si sono registrati nel Lazio, in Emilia Romagna, nel Veneto ed in Campania.

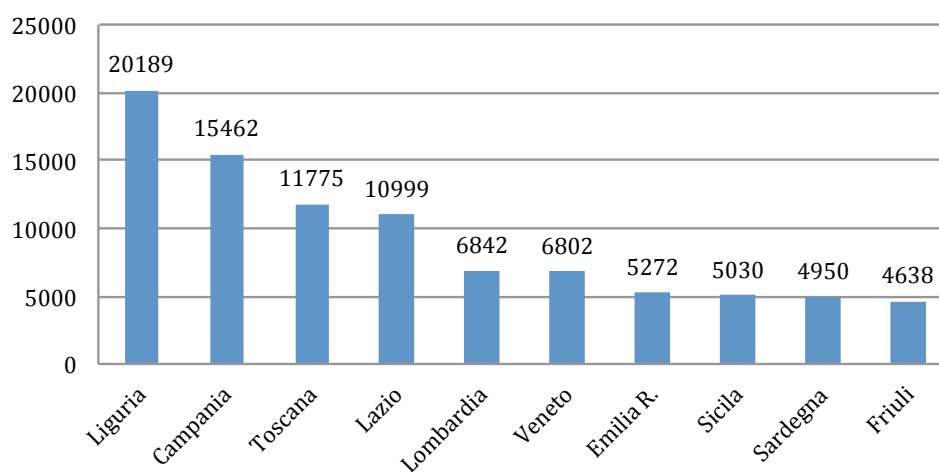
Ai fini delle valutazioni circa la consistenza e l'allocazione della flotta composta dal naviglio immatricolato in Italia, valgono due primarie considerazioni:

- Delle 81.405 unità iscritte presso le Capitanerie di Porto, ben il 41,5% (per un'entità pari a 33.744 barche) è costituito da unità aventi lunghezza inferiore ai 10 metri. La percentuale sale addirittura al 54,5% se si considera la totalità delle unità da diporto immatricolate nel Paese (pari a 104.738); aggiungendo cioè quelle immatricolate dalla Motorizzazione. Queste, come si vedrà risultano quindi immatricolate a titolo volontario o in quanto iscritte per navigare oltre le dodici miglia dalla costa.
- Il Compartimento di Iscrizione per un'imbarcazione da diporto non sempre identifica la Regione o la Provincia costiera dove in effetti l'unità ha il suo porto base.

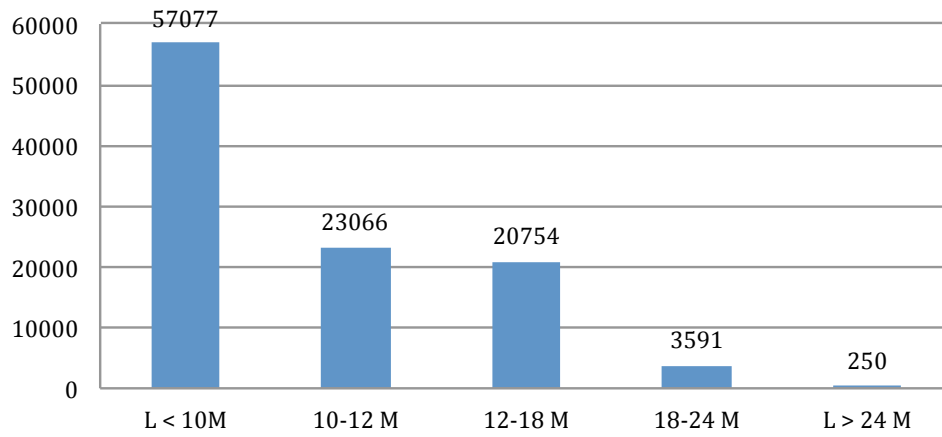
Sul totale di 104.738 unità iscritte, il 45,2% è immatricolato nelle Regioni del Nord Italia.



Il grafico sottostante identifica il numero di unità immatricolate nelle prime dieci Regioni italiane

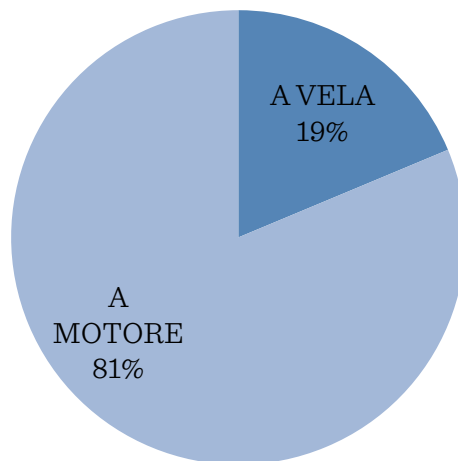


La scomposizione della flotta secondo le lunghezze, oltre a confermare la già citata prevalenza delle unità inferiori ai 10 metri, mostra comunque una prevalenza delle unità di lunghezza inferiore ai 18 metri.



Può essere di interesse rilevare la suddivisione percentuale tra naviglio immatricolato a vela e a motore

Vendite

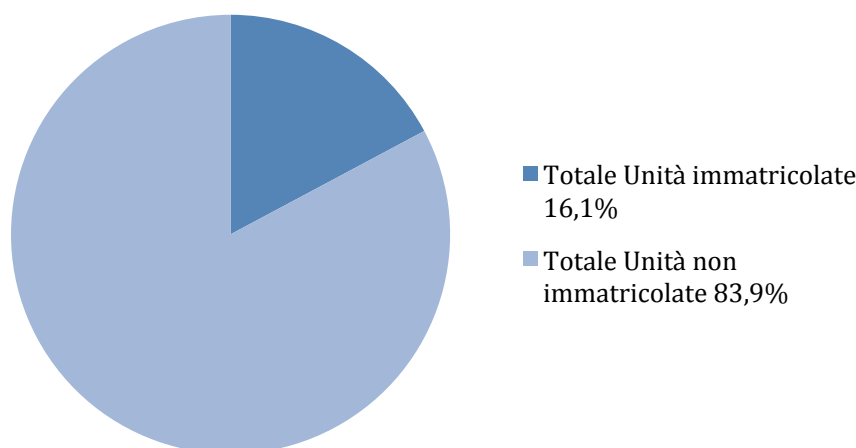


3.3 La piccola media nautica

LA FLOTTA NON IMMATRICOLATA IN ITALIA

Come noto per questa tipologia di unità da diporto (natanti da diporto) la normativa vigente nel nostro Paese non rende obbligatoria l'iscrizione e la conseguente immatricolazione (targa identificativa): non più del 10% dei natanti che si stima navighino in Italia risulta immatricolato a titolo volontario, per motivi assicurativi, finanziari (acquisto in leasing), o altro. Risulta quindi particolarmente complessa una valutazione oggettiva in termini quantitativi, data la mancanza nel nostro Paese di un data base completo dei natanti italiani.

Parco nautico totale italiano: a fronte di un parco nautico totale stimato in circa 610.000 unità, solo il 17 % risulta immatricolato per un totale di circa 105.000 unità. Di queste circa 57.000 risultano essere natanti di lunghezza inferiore ai 10 metri, evidentemente immatricolati a titolo volontario. Si può ragionevolmente stimare che tali 57.000 natanti immatricolati a titolo volontario appartengano ad una fascia dimensionale maggiore (di lunghezza ragionevolmente compresa tra i 7 e i 10 metri).

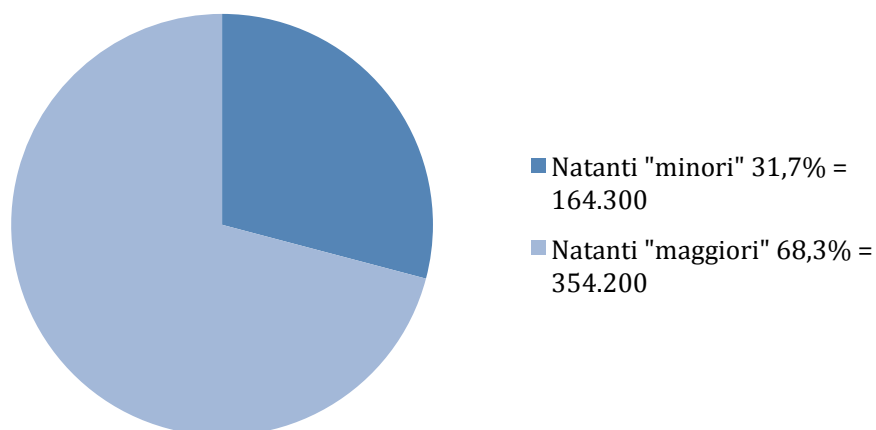


Parco nautico natanti non immatricolati: come detto il parco nautico totale è stimato in circa 610.000 unità. A queste vanno sottratte le circa 105.000 unità immatricolate (delle quali 57.000 immatricolate a titolo volontario e comprese tra i 6 e i 10 metri di lunghezza). I dati forniscono un valore pari a 505.500 natanti, non immatricolati e certamente di lunghezza inferiore ai 10 metri. Di queste, le stime identificano in circa 147.000 i natanti cosiddetti «minori», di ridotte dimensioni e valore commerciale: senza motore, derive, kayak, pattini, pedalò, ecc..

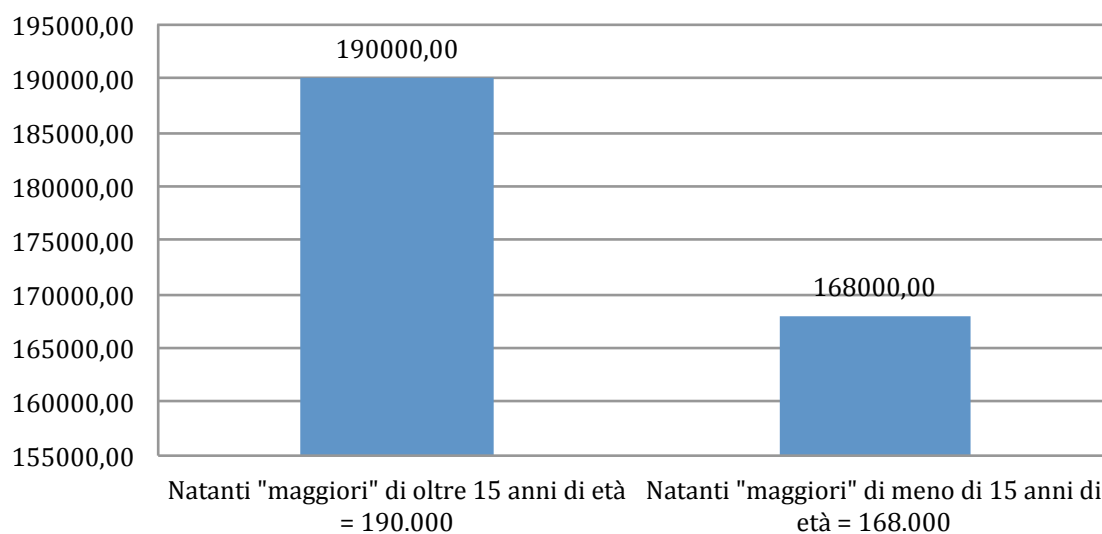
Si può pertanto condurre una prima stima di massima, all'interno del parco nautico italiano dei natanti, non immatricolati o immatricolati a titolo volontario, giungendo ad identificare due sottocategorie:

Natanti “minori” essenzialmente costituito da piccole unità sprovviste di motorizzazione, derive, pattini, pedalò, ecc; unità come detto di ridotto valore economico intrinseco (acquisto e compravendita) e di indotto (servizi di assistenza e rimessaggio) stimate in 147.000 unità

Natanti “maggiori” ragionevolmente ricompresi nella fascia dimensionale 6/10 metri, in larga percentuale muniti di motorizzazione (spesso fuori-bordo), lance, gozzi, battelli pneumatici, piccole barche a vela, open e piccoli cabinati; tali unità rivestono discreto interesse per il proprio valore economico e per le attività di accoglienza nei marina e nei dry storage e di service e rimessaggio invernale. Sono stimati in circa 358.000 unità

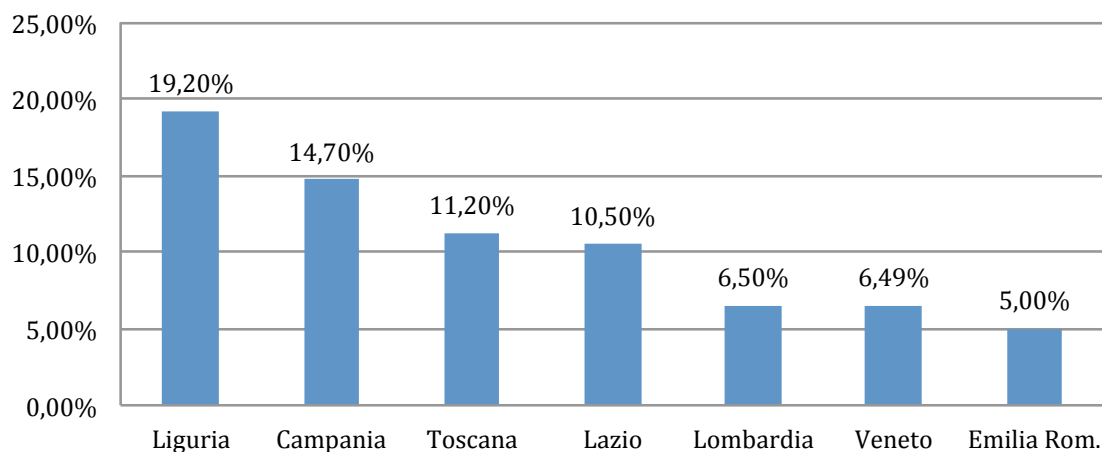


Parco nautico effettivo natanti non immatricolati, stima per età e valore economico: come detto il parco nautico dei natanti «maggiori» non immatricolati è stimato pari a circa 358.000 unità. Se si affina tale valutazione anche in relazione all'età dei natanti, si ottiene una stima di circa 190.000 natanti aventi un'età di oltre 15 anni, anch'essi quindi a valore potenzialmente ridotto e forse anche di scarso utilizzo. La stima pertanto della flotta complessiva dei natanti in Italia aventi valore economico e di utilizzo rilevante ai fini delle attività di service ammonta a circa 168.000 unità.



Stima del parco nautico per Regioni: risulta ancor più complesso stimare il parco dei natanti “di interesse” (sul dato complessivo nazionale pari a circa 168.000 unità) naviganti nelle singole Regioni. Si possono tuttavia assumere le stime percentuali già rilevate per il naviglio da diporto immatricolato (*), che come detto contiene comunque una percentuale superiore al 50% di unità di lunghezza inferiore ai 10 metri ed immatricolate a titolo volontario. Da tali stime si osserva come la Regione Liguria detenga la maggior percentuale (19,2%).

Scomposizione parco nautico per Regione



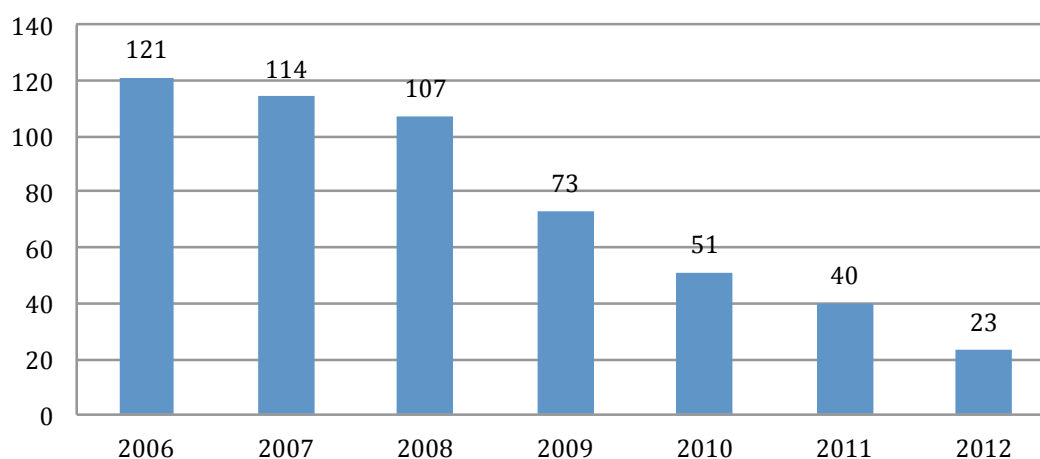
(*) Occorre precisare che tale approssimazione potrebbe rivelarsi infondata per alcune Regioni/territori costieri che per propria conformazione morfologica si prestino ad offrire maggior fruibilità costiera a prezzi contenuti. E' il caso della laguna veneta dove il numero stimato di piccole medie unità risulta percentualmente maggiore, in relazione al corrispettivo parco immatricolato, rispetto alla media nazionale.

UNO SGUARDO ALLA PRODUZIONE DELLE PICCOLE-MEDIE IMBARCAZIONI

Lo scenario produttivo italiano sul segmento della piccola media nautica non mostra segnali incoraggianti, tutt'altro. Lo confermano i dati della "Nautica in Cifre" relativi alla produzione di unità a motore fuoribordo.

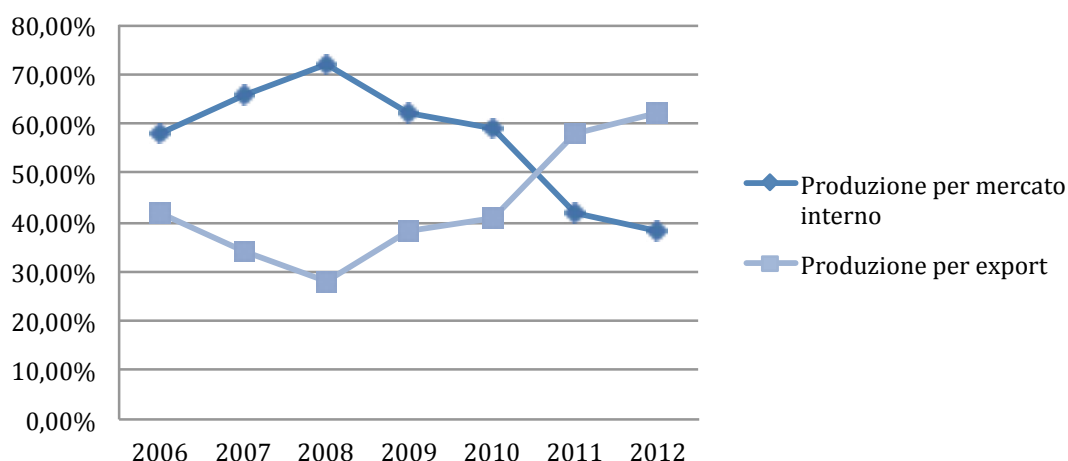
Si può osservare come il calo del fatturato complessivo di questo segmento sia stato fortissimo.

Fatturato unità a motore fuoribordo (milioni di euro)



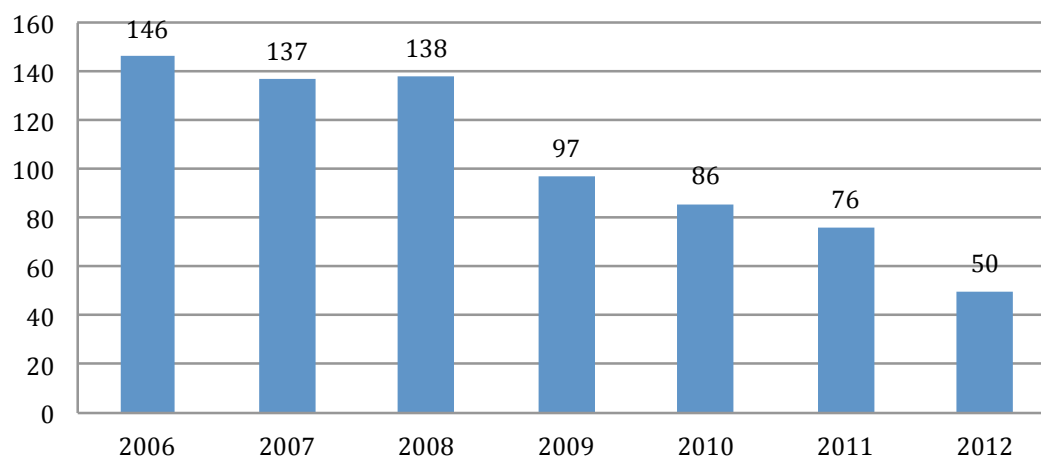
Così come si è riscontrato sulla produzione nautica nel suo complesso, anche nel caso della piccola media nautica, significativamente rappresentata dalle unità a propulsione fuoribordo, le cause di un crollo così evidente sono ascrivibili alla caduta della domanda interna. Motivazione che su questo segmento, costituito di realtà produttive spesso piccole e difficilmente orientate all'export, è particolarmente comprensibile.

Rapporto tra produzione per mercato interno e export, unità fuoribordo



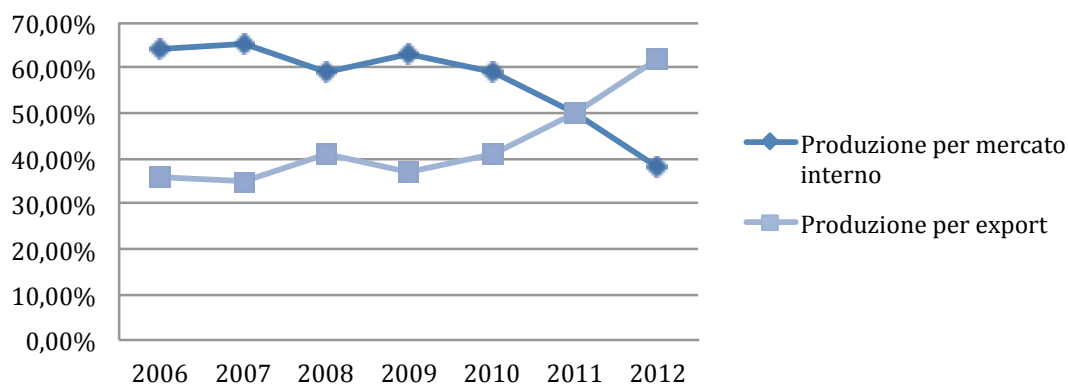
A riscontro di tali valori si può osservare andamenti simili per il settore dei battelli pneumatici (gommoni). Anche in questo caso il calo è stato fortissimo.

Fatturato battelli pneumatici (milioni di euro)



Analogamente l'analisi del rapporto produzione per mercato interno e per export indica, anche nel caso del segmento dei battelli pneumatici, le cause di tale calo.

Rapporto tra produzione per mercato interno e export, battelli pneumatici

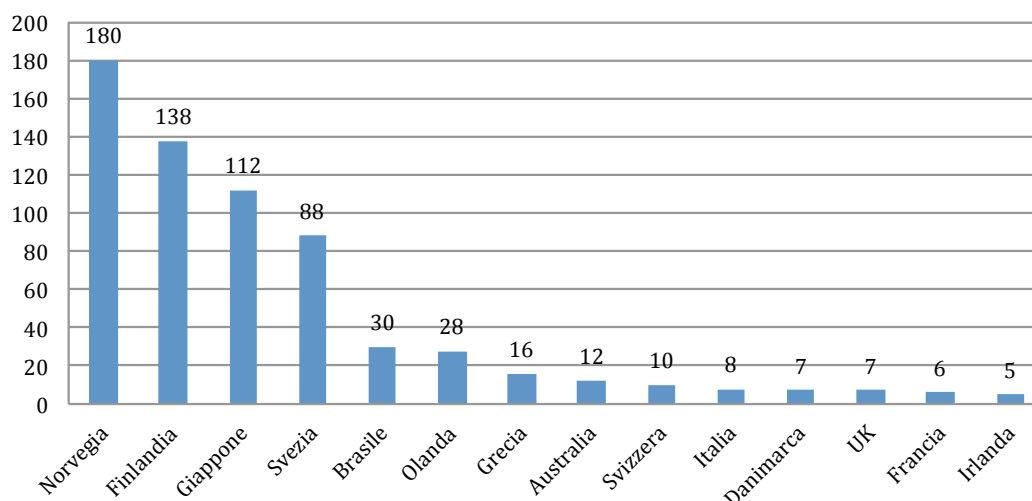


LA SENSIBILITÀ VERSO IL DIPORTISMO, LA NAUTICA POPOLARE

E' sufficiente dare un'occhiata ai dati di ICOMIA relativi alla distribuzione del parco nautico mondiale per accorgersi che, al di là della crisi economica del Paese, buona parte delle motivazioni sul crollo del mercato interno nel suo complesso, ma in particolare della piccola media nautica, sia attribuibile alla carenza di cultura nautica nella popolazione italiana.

Il grafico sottostante indica, relativamente al parco nautico mondiale, il numero di unità da diporto per ogni 1,000 abitanti, per i primi 10 Paesi. E' evidente come il potenziale dell'Italia, con i suoi 8,000 km di coste, sia sotto questo aspetto, fortemente inespresso.

Unità da diporto ogni 1,000 abitanti



E' tuttavia altrettanto evidente che in uno scenario di base del mercato così fragile gli effetti combinati della crisi economica e della pressione fiscale, associata ad un forte incremento dei controlli in mare, avrebbero generato ulteriore disagio alle performances del mercato.

Sono in questo senso significativi alcuni dati forniti dall'Osservatorio Nautico Nazionale che già nella stagione estiva 2012 aveva indicato un crollo dei posti barca stanziali (più tipicamente attribuibili alla nautica piccola e media residenziale). In particolare al Luglio 2012, rispetto all'anno precedente, venivano segnalati cali del 29% nei bacini dell'Alto Adriatico e del 22% in Alto Tirreno. Si tratta indubbiamente di aree "di confine" e quindi particolarmente sensibili alla concorrenza e all'influenza della pressione fiscale.

Lo stesso Osservatorio attribuiva all'eccessiva burocrazia (per il 70%) e alla difficoltà di relazione con le Autorità e gli enti pubblici (per il 19%) le principali cause di questo vistoso calo degli ormeggi. In linea con tali risultati si era riscontrato un profondo mutamento nei modelli comportamentali dei diportisti che, nel caso delle unità di dimensioni più contenute si registrava nel 46% degli utenti.

Per questo tipo di mercato, legato fortemente come si è visto alla passione e alla voglia di tempo libero sull'acqua, paradossalmente gli effetti negativi maggiori sul mercato rischiano di vedersi negli anni successivi. Basti pensare che tra le conseguenze dei sopracitati mutamenti comportamentali la voce più significativa (per il 24%) è il minor tempo speso in mare con la propria imbarcazione, a fronte solo di un 6% che hanno invece venduto la stessa.

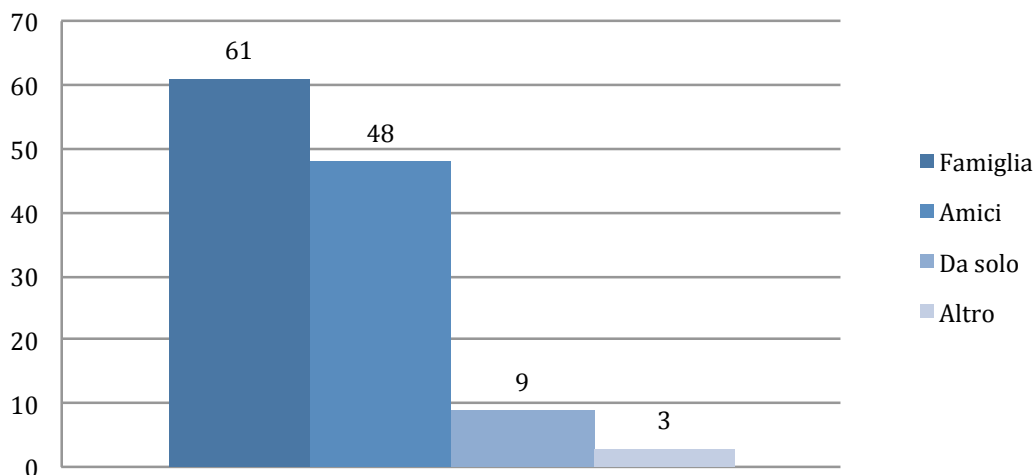
La drastica riduzione dei giorni di navigazione con la propria unità risulta tra gli elementi forse più pericolosi per le prospettive del mercato. In soli 3 anni, per le unità di piccole dimensioni, questi si sono ridotti di oltre il 30%.

Giorni di navigazione



In merito alle finalità d'uso delle piccole unità è interessante osservare le risultanze del sondaggio realizzato dall'Osservatorio. Il grafico evidenzia le risposte alla domanda "con chi vai per mare" per i possessori di piccole unità.

Con chi va per mare il piccolo diportista



Sul tema del valore sociale della nautica in rapporto anche all'economia generata si è speso recentemente il CESE, Comitato Economico e Sociale Europeo, esprimendo nel 2013 un "parere d'iniziativa" sul tema «Industrie nautiche: una trasformazione accelerata dalla crisi. Il CESE ha indubbiamente "toccato" i punti caldi del settore a livello europeo, indulgendo molto sul segmento della piccola-media nautica:

1. "la nautica da diporto, cioè l'andare sull'acqua per il proprio piacere, usando un'imbarcazione (barca a vela o motore, canoa, kayak o altro) oppure svolgendo una delle molte altre attività acquatiche disponibili (wind- e kitesurfing, immersioni subacquee, pesca ricreativa, ecc.), viene praticata in Europa da tutte le classi sociali da moltissimi anni. Essa non viene considerata solo come un passatempo estivo, ma contribuisce a sviluppare e comunicare valori sportivi, culturali, ambientali e sociali. In questo senso, la nautica popolare europea svolge un ruolo sociale importante e sostiene i valori dell'Unione europea"

2. “attraverso la nautica, in particolare le giovani generazioni possono apprendere il rispetto della natura, la valorizzazione del lavoro in comune, la responsabilità; possono socializzare, fare una attività sportiva divertente e a costi contenuti, conoscere nuovi territori con il turismo nautico, accedere ad aree marine di particolare pregio. La nautica, inoltre, ha di recente assunto anche una funzione terapeutica, rivolta ai disabili, alle persone che hanno perso la fiducia in sé stesse, contribuendo al loro reinserimento e alla riacquisizione di sicurezze perdute”
3. “il Mar Mediterraneo è l’area nella quale si concentra oltre il 70 % del turismo nautico mondiale, che crea un indotto per i paesi costieri molto importante. Questo turismo è ostacolato da normative nazionali diverse le une dalle altre, ad esempio in materia di registrazione delle unità da diporto, di patenti nautiche, di misure di sicurezza, di fiscalità, per citare le più importanti”
4. “oggi in Europa 48 milioni di persone praticano una o più attività nautiche, e 36 milioni di tali persone vanno in barca (motore o vela). Il profilo del diportista riflette effettivamente le differenti categorie sociali di ogni nazione: le attività nautiche, nonostante patiscano spesso ingiustamente di un’immagine associata dai media esclusivamente al lusso, non sono riservate ad una élite sociale. Si può parlare a buon proposito soprattutto di “nautica popolare”.
5. “in vari paesi europei, le imprese nautiche e le federazioni sportive hanno, tramite le loro associazioni, sviluppato da anni delle iniziative per offrire esperienze nautiche alle giovani generazioni. Queste diverse iniziative hanno l’obiettivo di far conoscere la nautica sia come attività sportiva e turistica sia come settore professionale, offrendo ad apprendisti e studenti esperienze professionali e tirocini in aziende. Queste iniziative nazionali potrebbero essere riprese anche a livello europeo, nel senso di organizzare azioni collettive di promozione della nautica, in occasione di eventi quali, per esempio, la Giornata marittima europea del 20 maggio”
6. “in Europa, mentre le esigenze di sicurezza ed ambientali per la costruzione delle unità da diporto sono armonizzate a livello europeo, il quadro normativo delle stesse unità varia notevolmente da paese a paese per quanto concerne le condizioni di utilizzo (patenti nautiche, immatricolazioni, regolamenti e dotazioni di sicurezza, fiscalità, ecc.). Queste differenze nazionali frammentano il mercato unico europeo, creando confusione per gli operatori economici e gli utenti, ma anche una certa forma di concorrenza sleale. L’esempio più flagrante è certamente il Mar Mediterraneo, dove, dalla Spagna alla Grecia, passando per la Francia, l’Italia, la Slovenia e la Croazia, la nautica viene regolamentata in modo diverso in ogni paese. Tali differenze di trattamento non esistono per altri mezzi di trasporto come l’automobile, il treno o l’aereo”.
7. “prima della crisi i mercati tradizionali rappresentavano circa l’80 % delle vendite dell’industria nautica europea, con il restante 20 % destinato ai mercati emergenti. La flessione delle vendite del 40/60 % nei mercati tradizionali, aggravata dalla loro attuale stagnazione, non è stata che debolmente compensata dalla crescita della quota relativa ai mercati emergenti. Inoltre un gran numero di cantieri che propongono unità da diporto “entry level” (per esempio natanti e unità pneumatiche) non riescono a trovare nuovi sbocchi sui mercati emergenti, dove questo genere di prodotti non è richiesto (sia per una questione di prezzo che per una cultura nautica ancora inesistente nelle classi popolari e medie di questi paesi). In questi mercati, l’industria nautica europea deve quindi far fronte, più che a un problema di competitività, al problema della domanda”
8. “sarebbe di grande utilità preparare un Libro verde sulle misure da adottare per l’industria nautica, coinvolgendo tutte le parti interessate, definendo successivamente un piano d’azione che sia coerente con i principi generali di una nuova politica industriale europea e di una politica europea per un turismo sostenibile”

Il CESE ha infine concluso il proprio lavoro auspicando un impegno molto diversificato dell'Europa, teso a sviluppare la nautica "popolare" lungo le seguenti linee:

1. A livello nazionale, promuovere la defiscalizzazione degli investimenti sulla ricerca, lo sviluppo e l'innovazione non solo tecnologica, ma anche innovazione nell'uso, nel mantenimento, nella manutenzione e nei servizi.
2. L'elaborazione di linee-guida da parte dell'UE per facilitare gli investimenti nel settore delle strutture ricettive nautiche da parte di aziende europee.
3. Abolire le differenze regolamentari in materia di patenti nautiche, di immatricolazioni o, ancora, di requisiti di sicurezza, in modo da introdurre misure che permettano una convergenza delle norme in materia di navigazione da diporto in Europa.
4. Armonizzare a livello europeo le regole per l'accesso delle imbarcazioni da diporto nelle aree marine protette, in modo che l'utente sappia fin dall'inizio se la propria imbarcazione è equipaggiata per navigare in tali zone oppure no.
5. Raccogliere a livello europeo i dati relativi all'incidentalità in un unico database comune, che permetterebbe uno studio congiunto e comparato, nonché una migliore comprensione dei rischi legati alla pratica delle attività nautiche, in modo tale da promulgare le regole più adatte ai rischi riscontrati.
6. Riflettere sui modi di sviluppare piani di formazione riconosciuti a livello europeo, che permetterebbero una formazione di qualità e favorirebbero una maggiore mobilità dei lavoratori in Europa, attirando i giovani verso le professioni della nautica. È auspicabile la realizzazione di un "passaporto" formativo europeo

3.4 *Fabbisogni formativi del settore*

LA CARATTERISTICA DELLE AZIENDE DEL COMPARTO NELL'OTTICA DELLA FORMAZIONE

E' evidente come il panorama dell'industria nautica italiana sia per lo più caratterizzato dalla presenza di un numero elevato di piccole imprese specializzate in alcune fasi di quello che è l'intero ciclo produttivo. Tale situazione fa sì che le piccole imprese incontrino molta difficoltà ad investire nell'innovazione e di conseguenza tendano ad innovare in modo forse meno sistematico rispetto alle grandi realtà imprenditoriali. Questo panorama di aziende dichiara di sentire fortemente l'esigenza di miglioramento costante del proprio know how trasversalmente a tutti i processi produttivi che avvengono al loro interno, e contestualmente chiede di poter attingere a fonti qualificate per poter fruire di informazioni utili e della necessaria attività di formazione.

In tal senso la formazione professionale rivolta al settore oltre ad essere finalizzata alla qualificazione tecnica di figure lavorative, deve riuscire ad apportare un contributo formativo in termini di competenze e qualità professionale che interessi particolarmente tutta la filiera produttiva e dei servizi. Ulteriore obiettivo, non secondario, sarà quello di apportare un contributo formativo trasversale che valorizzi le aziende e le renda ancor più competenti ed efficaci nel ciclo produttivo aziendale.

LA CONSISTENZA E DISTRIBUZIONE TERRITORIALE DELLE AZIENDE

Se si vuole dare una lettura dell'industria nautica italiana, con la sua suddivisione nei tre comparti tradizionali delle unità da diporto, motori e accessori, attraverso la sua distribuzione sul territorio, il numero di addetti e il fatturato si riscontra come la Lombardia si collochi al primo posto per numero di aziende e numero di addetti (con una quota che sfiora il 25% del totale nazionale), seguita nell'ordine da Liguria, Toscana ed Emilia Romagna. I singoli comparti tradizionali, con l'eccezione del più innovativo del refit & repair, riflettono di massima la tendenza generale.

Nel dettaglio, per le unità da diporto la Lombardia è sempre al primo posto per aziende e addetti seguita, in questo caso, dal Lazio e dalla Toscana; nel comparto degli accessori si riscontra la presenza della Lombardia al primo posto, per numero di aziende ed addetti, mentre la Liguria si colloca al secondo seguita dalla Toscana.

L'analisi delle problematiche formative condotte dal Polo Formativo Nautico della Lombardia, già nel 2012, aveva individuato due temi strategici dei futuri obiettivi formativi per la nautica italiana, che possono essere così riassunti:

“a. Aver cura di non disperdere l'eredità rappresentata dalla specifica professionalità tradizionalmente presente sul territorio (quale quella posseduta dai maestri d'ascia), promuovendo gli opportuni percorsi di formazione per il recupero dei mestieri tradizionali;

b. Porre attenzione all'esigenza di rafforzare la disponibilità di figure con competenze tecnologicamente avanzate, attraverso la definizione di curvature specialistiche per la nautica all'interno di corsi di studio tecnici e professionali anche esistenti.”

LA CATENA DEL VALORE DELL'INDUSTRIA NAUTICA COME ELEMENTO STRATEGICO ATTORNO AL QUALE SVILUPPARE UN NUOVO APPROCCIO FORMATIVO

Un'osservazione più razionale dei processi industriali legati alla nautica da diporto conduce al riconoscimento dell'indotto della filiera sia in termini economici che occupazionali. In tal senso

il prodotto “barca” costituisce il perno attorno al quale si articolano tutti gli ambiti del processo produttivo a monte e dei servizi connessi a valle.

Ad una prima lettura sono due i principali ambiti di filiera della nautica da diporto:

1. la filiera manifatturiera, finalizzata alla produzione di imbarcazioni;
2. la filiera turistico-nautica, rivolta all’offerta di servizi al diportista.

Connessi a tali “macro” filiere si configurano un insieme di *attività/servizi* collaterali volti a supportare a 360 gradi le aziende negli specifici ruoli di contributo alla catena del valore:

- ricerca e sviluppo su materiali e prodotti innovativi e sui processi di produzione;
- trasferimento di conoscenze per innovazione e ricerca (trasferimento tecnologico);
- offerta di servizi informatici;
- offerta di servizi tecnici (controllo qualità, collaudo materiali, sicurezza lavoro, rispetto normativa ambientale);
- offerta di spazi logistici e immateriali (connessione wi-fi, sale riunioni, mense aziendali);
- assistenza amministrativa, fiscale, legale e finanziaria;
- partecipazione ai processi di acquisto/vendita per aziende in pool finalizzata
- all’ottenimento di economie di scala (es. gruppi di acquisto o consorzi per il supporto alle vendite/esportazioni);
- sviluppo e gestione rapporti con enti pubblici;
- monitoraggio dello stato del mercato e degli elementi di congiuntura economica/tecnologica.

L'ANALISI DEL FABBISOGNO FORMATIVO DEL COMPARTO

A fronte anche delle precedenti valutazioni, analizzando anche le numerose valutazioni e interviste condotte sui diversi territori, un primo ventaglio di qualifiche formative caratteristiche della filiera produttiva della nautica può essere connesso alle lavorazioni così identificate:

- Laminazioni VTR e Compositi
- Stuccatura e Fairing
- Pitturazione e trattamenti di finitura
- Montaggio Mobilio
- Montaggio Vetri e Oblò
- Montaggio Impianti elettrici
- Montaggio Impianti Idraulici
- Montaggio Impianti Idrici
- Montaggio Impianti elettronici
- Montaggio sistemi di propulsione
- Montaggio Sistemi Antincendio
- Montaggio Impianti motore
- Montaggio Impianti Aria Condizionata

- Montaggio materiali di coperta
- Montaggio Complementi d'arredo
- Collaudi tecnici
- Movimentazione
- Pulizia e Finitura pre-consegna

Da più fonti emerge infatti l'esigenza di formare il personale sul prodotto, sui punti critici in generale e in particolare sulle difficoltà che possono verificarsi in specifiche postazioni di lavoro. Essenziale anche definire un piano di aggiornamento periodico della formazione.

Nell'ambito dei rapporti tra "main contractor" e fornitori della filiera è da non trascurare infine l'esigenza emersa di una più efficiente attenzione alla qualità attuata in particolare attraverso le figure di operatori ad hoc formati e competenti in materia di:

- Controlli di accettazione arrivi.
- Prove e controlli di processo.
- Qualità uscente.
- Anomalie di qualità.
- Registrazioni e controlli.
- Gestione dei prodotti non conformi.
- Gestione degli strumenti di controllo.
- Qualità di processo.
- Rintracciabilità.
- Identificazione. Miglioramento continuo.
- Sistema di certificazione adeguato.
- Garanzia.
- Assistenza

LE NUOVE ESIGENZE FORMATIVE ALLA LUCE DELLA CRISI

Traguardando l'arco temporale del prossimo quinquennio nasce certamente l'esigenza di riorientare le attività formative per il comparto, non solo per ricollocare e recuperare maestranze e personale temporaneamente allontanato dalle aziende, ma anche per far "ricrescere" una base lavorativa oggi depauperata dalla crisi internazionale. Da qui la necessità di intraprendere percorsi di sensibilizzazione e informazione sul settore della nautica da diporto e delle sue potenzialità occupazionali rivolti ai giovani che sono in procinto di inserirsi nel mondo del lavoro.

Risulterà di particolare interesse rivolgersi al fabbisogno formativo che scaturisce dai mercati di sbocco a mare, con una forte attenzione alle opportunità offerte all'estero dai mercati emergenti. Fondamentale in tale ottica un'analisi delle priorità strategiche dalla quale emerge la necessità di una qualificazione maggiore delle aziende in termini di professionalità e qualità.

Come visto in precedenza, molto raramente le aziende sono dotate di strutture preposte alla ricerca e allo sviluppo, ed è realistico immaginare che soprattutto le piccole imprese necessitino di pianificazione e presidio dei trend tecnologici. In termini di formazione professionale ciò si

espliciterà nella necessità di dotarsi di personale altamente qualificato e aggiornato per quanto riguarda la new technology e la qualità. Tali figure andranno reperite attraverso l'assunzione di personale ad hoc per le aziende più strutturate, o in alternativa attraverso attività di qualificazione di personale già presente in azienda.

In tema di export, l'analisi delle eccellenze della nautica italiana indica certamente l'esigenza di formazione professionale nell'ambito della realizzazione di navi o grandi imbarcazioni. Tali ambiti necessitano di continuo aggiornamento e sviluppo per la loro miglior pratica. Si fa riferimento a mestieri come il Laminatore di Vetroresina, l'Impiantista specializzato nella realizzazione di apparati di sistemi di sale macchina di grandi navi, il falegname specializzato nel montaggio degli arredi di bordo.

Osservando quindi il fabbisogno innovativo in un'ottica di risposta alla crisi, si sono individuate tre linee strategiche:

- il refit e la sua industrializzazione
- la valorizzazione dei mestieri "tradizionali"
- il complesso dei servizi tecnico-turistici e della portualità

A puro titolo di esempio una figura emergente da formare in tema di Refit è definibile come tecnico/coordinatore di produzione in grado di poter gestire una commessa e di essere l'interfaccia tra gli uffici tecnici e di progettazione e le squadre operative (lavorazioni, gestione della commessa, commercializzazione e marketing).

Con i mestieri tradizionali si tratta invece di intervenire, in accordo con il sistema dell'istruzione, sui giovani per favorire il ricambio generazionale e rendere più appetibili queste professioni. Si tratta di figure come falegnami/maestri d'ascia, falegnami/allestitori, meccanici/installatori ed elettricisti/installatori.

In seno ai servizi per la portualità si rivelerà sempre più necessaria una figura professionale in grado di fornire informazioni sia di carattere tecnico (ormeggio, manutenzioni, riparazioni, rifornimento della cambusa, ecc.) che turistico (visite al territorio in generale, impiego del tempo libero, servizi per la fruizione del territorio).

IL SISTEMA NAZIONALE DI SOSTEGNO ALLE IMPRESE PER LA FORMAZIONE E L'INNOVAZIONE – IL RUOLO DI FONDOARTIGIANATO

Il sistema di formazione continua cofinanziato da risorse pubbliche, pur tra mille difficoltà, ha visto nel nostro paese in questi anni una progressiva realizzazione, evidentemente subordinata alle norme dell'Unione Europea. La normativa comunitaria sugli aiuti di Stato si basa infatti su un sistema di autorizzazione preventiva: gli Stati membri sono infatti tenuti ad informare la Commissione su ciascun progetto di finanziamento volto ad istituire aiuti (articolo 88 del Trattato CE), cosiddetto "obbligo di notifica", e non è consentito attivare alcun aiuto prima della specifica autorizzazione della Commissione. Qualunque aiuto attivato in assenza dell'autorizzazione è automaticamente classificato come "aiuto illegale" e la Commissione è obbligata ad ordinarne la restituzione da parte dei beneficiari.

Gli strumenti maggiormente utilizzati dalle aziende di tutti i settori per la formazione continua dei propri dipendenti sono i fondi interprofessionali.

Fondartigianato, è il Fondo Interprofessionale per la Formazione Continua previsto dalla legge 388/2000, con la quale si delega ad Enti di natura privatistica, costituiti dalle parti sociali, la gestione dei contributi versati dalle aziende per la formazione e l'aggiornamento dei propri dipen-

denti. Si tratta di un'associazione riconosciuta costituita da Confartigianato, CNA, Casartigiani, CLAAI, CGIL, CISL, UIL. E' stato il primo Fondo autorizzato dal Ministro del Lavoro nel 2001.

Fondartigianato nasce per sostenere e diffondere la cultura della formazione continua, e per favorire la competitività delle imprese, valorizzando le risorse umane. In tale ottica, la formazione continua "costituisce infatti il fattore determinante per il miglioramento delle risorse funzionali a gestire il cambiamento, l'innovazione organizzativa dell'impresa e l'adeguamento delle sue strategie commerciali, il consolidamento della sua presenza sul mercato, nonché la crescita delle competenze dei lavoratori e delle loro prospettive professionali".

Gli strumenti per accedere al sostegno formativo sono individuati nei "piani formativi", "accordi finalizzati alla programmazione formativa, condivisi dalle Parti Sociali, per il conseguimento delle finalità generali e per la realizzazione degli ambiti di intervento e degli obiettivi". Ciascun Piano Formativo può prevedere la realizzazione di uno o più progetti di formazione, individuando i fabbisogni formativi, definendo gli obiettivi, le caratteristiche e i profili professionali dei lavoratori coinvolti, i contenuti specialistici e/o trasversali e la durata ed articolazione generale dell'intervento formativo stesso.

In generale i Piani Formativi si possono articolare in:

- **Settoriale:** rivolti a tutte le aziende di uno specifico settore, in un qualunque ambito territoriale;
- **Territoriale:** si rivolgono a tutte le aziende presenti su di un territorio circoscritto. Gli stessi possono altresì essere declinati in:
 - *Distrettuale:* coinvolgono la rete delle aziende di uno o più settori tra loro correlate nella filiera produttiva integrata e si collocano in uno spazio territoriale circoscritto;
 - *Filiera:* aziende collegate tra loro da un comune interesse merceologico-produttivo. Il Piano agisce su tutto o parte del processo organizzativo/lavorativo del prodotto, si può anche collocare in uno spazio territoriale di ampie dimensioni.
- **Multiregionali:** si rivolgono ad aziende di uno o più settori, dislocate su territori regionali diversi;
- **Intersettoriale:** interessano più settori;
- **Interaziendale** (esclusivamente per le micro-imprese e per gli investimenti tecnologici): interessano più aziende.

Potranno inoltre essere definiti Piani formativi di tipo:

- **Aziendale:** interessano una singola azienda e sono declinati quando il fabbisogno specifico non risulta essere compreso all'interno del Piano formativo regionale e/o nazionale;
- **Pluriazendale:** interessano due o più aziende che, seppur collocate in Regioni/territori diversi, agiscono tra loro con forme di cooperazione/relazione produttiva e/o organizzativa;
- **Reti:** interessano più aziende che agiscono e sviluppano le proprie strategie, attività produttive e/o, organizzative nonché commerciali attraverso contratti di rete e/o forme strutturate di relazioni e business;
- **Individuale:** interessano una pluralità di lavoratori con progetti di formazione individuali.

Sul tema più specifico della nautica Fondartigianato, in seno alla guida per l'approntamento del

Piano Formativo, ha definito le differenti figure professionali che attengono alla filiera del settore. Delle figure sottoelencate risultano individuate dal Fondo le mansioni, le competenze e la reperibilità sul mercato del lavoro:

- Maestro d'ascia
- Calafatore
- Prototipista in legno
- Falegname/Carpentiere in legno
- Montatore oblò
- Carpentier di rivestimento ponti in teak
- Carrozziere
- Stratificatore o resinatore
- Tagliatore
- Saldocarpentire acciaio
- Saldocarpentire alluminio
- Addetto alla lavorazione del carbonio
- Stuccatore
- Verniciatore
- Tecnico addetto alle isolazioni, e al condizionamento
- Installatore impianti di bordo
- Meccanico motorista
- Impiantista elettrico/elettromeccanico
- Idraulico
- Tappezziere
- Maestro Velaio
- Rigger/tecnico attrezzature di coperta
- Addetto a ponteggi e impalcature
- Addetto al magazzino
- Addetto alle movimentazioni
- Sommozzatore



4

Saloni ed eventi nautici

LE ASSOCIAZIONI FIERISTICHE: LO STATO ATTUALE

A livello nautico internazionale IFBSO (International Federation of Boat Show Organizers) raggruppa le principali Fiere organizzatrici di eventi nautici (38 membri «show organizers»). L'Italia associa Genoa International Boat Show e Seatec. A livello generico nazionale esiste AEFI (Associazione Esposizioni e Fiere Italiane) che raggruppa 39 Enti Fieristici, con oltre 1000 manifestazioni all'anno, (tra i quali Carrara Fiere, Fiera di Genova, Mostra D'Oltremare, Padova Fiere, ExpoVenice, Verona Fiere). In seno alla Confindustria è nota anche CFI (Comitato Fiere Industria) che aggrega 35 organizzatori di fiere dedicate all'industria (tra i quali UCINA).

A livello nazionale non esiste «coerenza» tra le due associazioni. Nessuna delle due associazioni fornisce dati (o criteri) di misura certi degli eventi. Entrambe indicano come propri obiettivi la razionalizzazione degli interventi pubblici a sostegno degli eventi, l'orientamento alle esigenze del mercato e delle imprese, l'internazionalizzazione, la qualità espositiva. Molte fiere/eventi legati alla nautica non sono aggregati alle due realtà associative (Big Blu, Fishingshow, Eudi, YARE, MYBA, Fano Yacht festival, SNIM, ecc...). A livello internazionale IFBSO raccoglie solo una parte dei Saloni, non risultano associate le manifestazioni francesi (Cannes, Paris, La Rochelle), né quelle brasiliane (Rio) e solo due cinesi (Shanghai, Xiamen). Molti eventi nautici di portata nazionale non risultano in tale network.

GLI EVENTI NAUTICI INTERNAZIONALI: PARAMETRI CONDIVISI DA IFBSO

Risulta importante osservare come IFBSO abbia definito una serie di parametri indicatori delle performances dei saloni nautici, fissando anche i relativi criteri di computo.

Tra le definizioni più rilevanti:

- Spazio Espositivo (“Exhibition size”)
- Espositori (“Exhibitors”)
- Visitors (“Visitatori”)
- Visitatori Esteri (“Foreign visitors”)
- Visitatori Paganti (“Paying visitors”)

Spazio espositivo

- Spazio espositivo totale lordo (“Total gross exhibition space”): lo spazio totale messo a disposizione dalla Sede Espositiva per l’utilizzo da parte degli Organizzatori, o lo spazio totale espositivo utilizzato dalla Fiera, inclusi gli spazi per il passaggio del pubblico. Gli spazi per il catering, gli uffici, i magazzini, ecc., sono esclusi dal computo.
- Spazio espositivo totale netto (“Total net exhibition space”): superficie totale degli spazi, interni o esterni, occupati dagli espositori. Viene anche definita “spazio contrattualizzato” (“contracted space”), e può includere sia lo spazio venduto, sia quello dato in omaggio. Include anche gli spazi allocati per manifestazioni speciali che abbiano diretta relazione con il tema dell’esposizione.

Espositori (“Exhibitors”)

Sono gli espositori diretti. Essi includono:

- Espositori principali (“Main exhibitors”): quegli espositori contrattualizzati direttamente dall’Organizzatore.
- Co-Espositori (“Co-exhibitors”): quegli organizzatori/espositori presenti nello stand di un espositore con proprio staff e con propri prodotti e/o servizi. Questi devono essere chiaramente identificati per mezzo di vari strumenti, quali ad esempio essere menzionati nel modulo di partecipazione dell’espositore principale, o dichiarati da un Organo Ufficiale, o nel catalogo espositivo.
- Espositori Indiretti (“Indirect exhibitors”): aziende rappresentate, senza il proprio staff e prodotti/servizi. Queste non possono essere ricomprese nel totale.

Visitatori (“Visitors”)

La persona che visita l’esposizione, con un titolo di accesso e che è rappresentativa del mercato cui l’evento è destinato dagli Organizzatori e dagli espositori. Questa viene computata una sola volta per l’intera durata dell’evento, a prescindere dal numero di visite condotte (vedi tuttavia sotto la definizione di “Visitatore Pagante”). Sono ricompresi nel calcolo dei Visitatori i seguenti:

- Persone che comprano il proprio titolo di accesso all’evento,
- Persone che hanno comprato il proprio titolo di accesso prima dell’evento e che accedono all’evento,
- Persone che accedono all’evento con un titolo gratuito di accesso o a tariffa scontata,
- Persone che accedono all’evento con un titolo di accesso stagionale,

- Visitatori business (“trade visitors”), paganti o registrati per accesso gratuito o per tariffa ridotta,
- Membri dello staff di espositori e organizzatori, giornalisti.
- Restano esclusi dal computo dei Visitatori ad un evento i seguenti:
- Staff e lavoratori per servizi e forniture,
- Relatori negli eventi.

Visitatori Stranieri (“Foreign visitors”)

Computo basato sul totale dei visitatori stranieri registrati o sulle risultanze di sondaggi rappresentativi.

Visitatori paganti (“Paying visitors”)

Numero totale dei visitatori che accedono alla manifestazione con un titolo di accesso pagato. Si assume che il biglietti “multiple-day” siano utilizzati al minimo del valore di convenienza economica.

PARAMETRI INDICATORI DEI PRINCIPALI SALONI NAUTICI INTERNAZIONALI*

*Fonte IFBSO

Saloni Nautici internazionali: primi 10 per espositori (locali/stranieri), come elencati da IFBSO

Amsterdam	HISWA Amsterdam Boat Show	310 (2012)	15 (2012)
Amsterdam	METS	1,331 (2011)	1,124 (2011)
Athens	Athens Int. Boat Show	156 (2011)	3 (2011)
Atlantic City	Atlantic City In-Water Power Boat Show	325 (2011)	80 (2009)
Auckland	Auckland On Water Boat Show	220 (2011)	13 (2011)
Barcelona	Barcelona Int. Boat Show	318 (2011)	52 (2011)
Carrara	Seatec	430 (2012)	59 (2012)
Dubai	Dubai Int. Boat Show	784 (2012)	510 (2012)
Dusseldorf	boot Dusseldorf	1,666 (2012)	718 (2012)
Fort Lauderdale	Fort Lauderdale Int. Boat Show	884 (2010)	132 (2009)

Saloni Nautici internazionali: primi 10 per visitatori (totali/business), come elencati da IFBSO

Amsterdam	HISWA Amsterdam Boat Show	40,893 (2012)	-
Amsterdam	METS,	19,232 (2011)	19,232 (2011)
Athens	Athens Int. Boat Show	87,212 (2011)	4,847 (2011)
Atlantic City	Atlantic City In-Water Power Boat Show	11,252 (2011)	3,175 (2005)
Auckland	Auckland On Water Boat Show	16,204 (2011)	-
Barcelona	Barcelona Int. Boat Show	102,396 (2011)	5,935 (2005)
Carrara	Seatec	7,086 (2012)	7,086 (2012)
Dubai	Dubai Int. Boat Show	26,000 (2012)	9,797 (2007)
Dusseldorf	Boot Dusseldorf	246,700 (2012)	-
Istanbul	Eurasia Boat Show	135,234 (2011)	-

Saloni Nautici internazionali: primi 10 per dimensione (lorda/netta) - valori espressi in m² come elencati da IFBSO

Amsterdam	HISWA Amsterdam Boat Show	48,850 (2012)	22,000 (2012)
Amsterdam	METS	47,500 (2011)	23,731 (2011)
Athens	Athens Int. Boat Show	50,000 (2011)	10,000 (2011)
Atlantic City	Atlantic City In-Water Power Boat Show	42,000 (2012)	34,000 (2011)
Auckland	Auckland On Water Boat Show	67,500 (2011)	8,500 (2011)
Barcelona	Barcelona Int. Boat Show	94,000 (2011)	47,300 (2011)
Carrara	Seatec	31,000 (2012)	7,658 (2012)
Dubai	Dubai Int. Boat Show	85,000 (2012)	20,013 (2012)
Dusseldorf	Boot Dusseldorf	214,200 (2012)	90,000 (2012)
Istanbul	Eurasia Boat Show	75,000 (2011)	38,355 (2011)

SALONI NAUTICI INTERNAZIONALI: MODELLI ORGANIZZATIVI

Nello scenario internazionale degli eventi nautici si possono riscontrare essenzialmente tre modelli organizzativi:

- Salone di proprietà della Fiera e organizzato dallo stesso ente fieristico (es.: Boot Dusseldorf, METS, SEATEC)
- Salone di proprietà dell'Associazione Nazionale e organizzato dalla stessa (es.: London Boat Show, Miami Boat Show)
- Salone di proprietà dell'Associazione Nazionale e organizzato da una società indipendente (es.: Cannes Boat show)

Il caso del Salone Internazionale di Genova, di proprietà della Fiera e co-organizzato insieme ad UCINA è significativamente unico nel suo genere.

Analogamente appare unico il caso del Ft Lauderdale Boat show, di proprietà e organizzato da una società indipendente in un'area non tipicamente fieristica (Marina di Ft Lauderdale)

SALONI NAUTICI INTERNAZIONALI: CONCEPT PROGETTUALI

A fronte della tradizionale divisione tra eventi B2C, Business to Consumers (Evento Commerciale destinato ai consumatori), e B2B, Business to Business (evento Commerciale destinato agli operatori), solo METS, IBEX e SEATEC appartengono alla seconda categoria.

Tutti gli altri Saloni, genericamente attribuibili alla categoria B2C, hanno in realtà concept progettuali molto diversi l'uno dall'altro, in funzione del tipo di prodotto esposto e dei contenuti internazionali dell'evento.

In tale ottica i Saloni Internazionali cosiddetti B2C possono essere suddivisi in:

Saloni «generalisti», spesso con un contenuto nautico complessivo, comprensivo anche degli sport acquatici e avente tra i propri obiettivi anche la promozione della cultura nautica

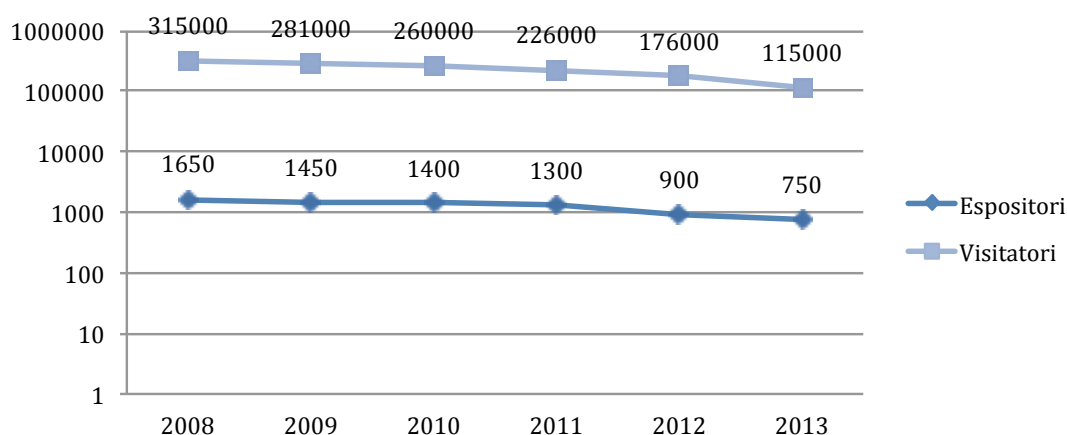
Saloni «di prodotto», orientati ad aree specifiche di mercato e di prodotto, aventi forte connotazione internazionale

Il rapporto «terra/acqua» nei Saloni è mutato sensibilmente negli anni, legato essenzialmente al tipo di prodotto esposto (barca) e ai costi espositivi. La data durante l'anno e la durata del Salone (uno/due weekend) costituiscono un altro elemento distintivo. La logica dei costi espositivi, il layout espositivo, l'internazionalità del visitatore e dell'espositore sono ulteriori elementi.

I servizi interni ed esterni al quartiere fieristico, i costi di trasporto, ristorazione e pernottamento, il posizionamento della città e la facilità ad essere raggiunta dal visitatore spesso influenzano le scelte dell'espositore e l'orientamento degli organizzatori sulla tipologia di evento.

ANDAMENTO DEI SALONI NAUTICI ALLA LUCE DELLA CRISI INTERNAZIONALE

Salone Nautico Internazionale di Genova nel quinquennio

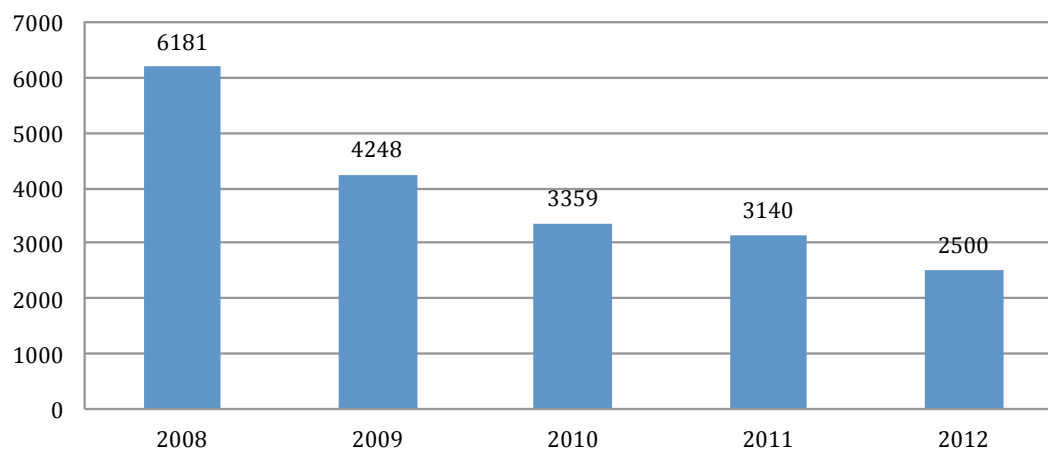


Sebbene i dati consuntivi del Salone di Genova appaiano comunque confrontabili con quelli degli altri Saloni Internazionali competitors, un calo percentuale sensibile nel quinquennio non trova analoghi riscontri a livello globale. Una prima chiave di lettura la si può riscontrare confrontando tale andamento negativo con il calo significativo di fatturato dell'industria nautica italiana nello stesso periodo e nell'inversione di tendenza tra fatturato interno e export che, forse non a caso, si verifica nello stesso anno in cui il salone comincia a mostrare un calo.

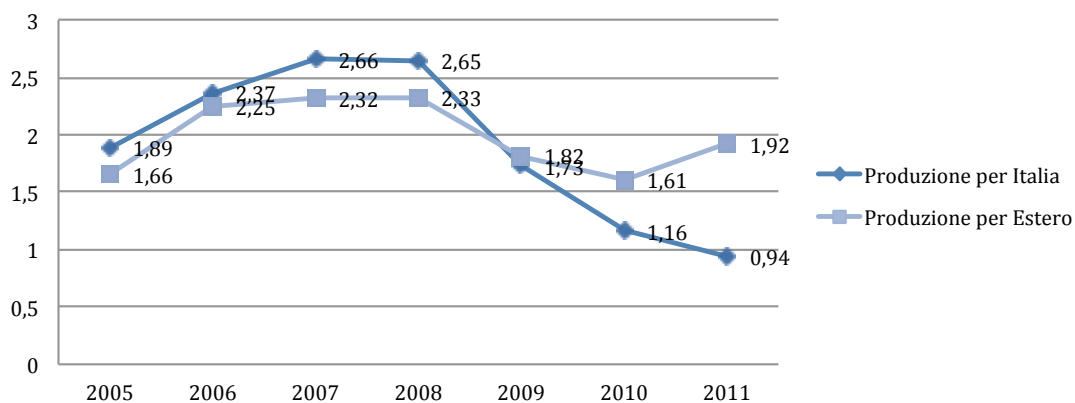
Sulla base di tali valutazioni si può facilmente evincere come questo evento sia stato fortemente influenzato dal mercato interno.

Altra considerazione riguarda il parallelismo nel calo dei visitatori, contestuale al calo degli espositori. Si tratta di un segno evidente di come la presenza, anche in termini quantitativi, dei visitatori sia fortemente influenzata dagli espositori che con i propri prodotti svolgevano per il Salone Internazionale di Genova forte attività attrattiva di pubblico.

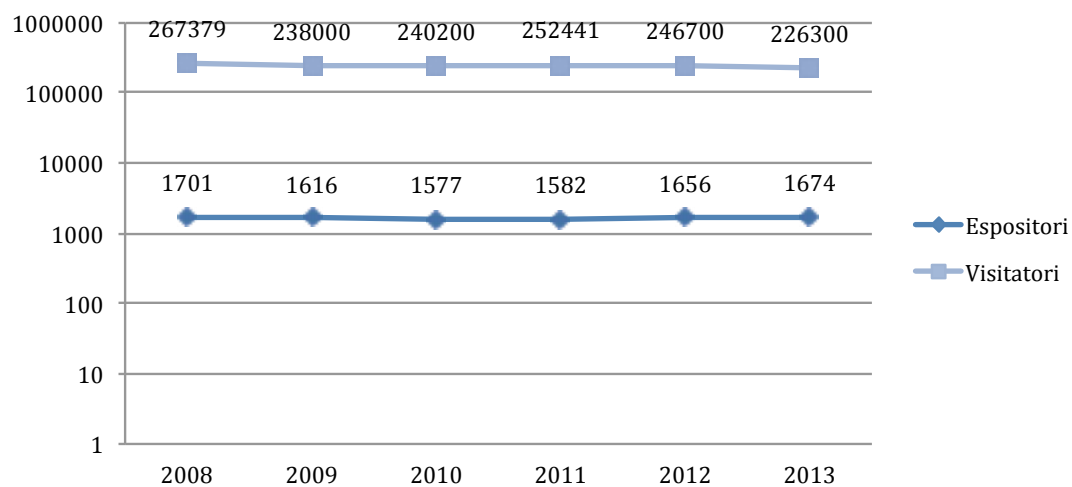
Industria nautica nel quinquennio (Fatturato in milioni di Euro)

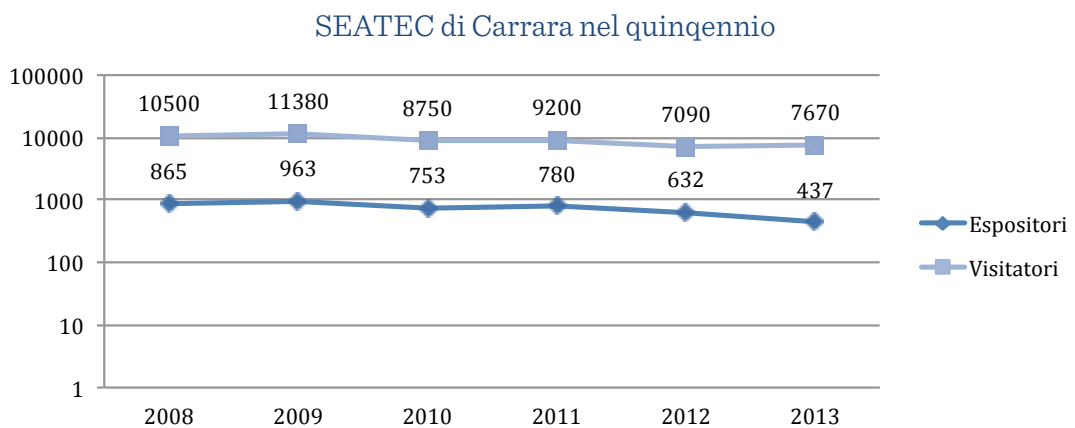
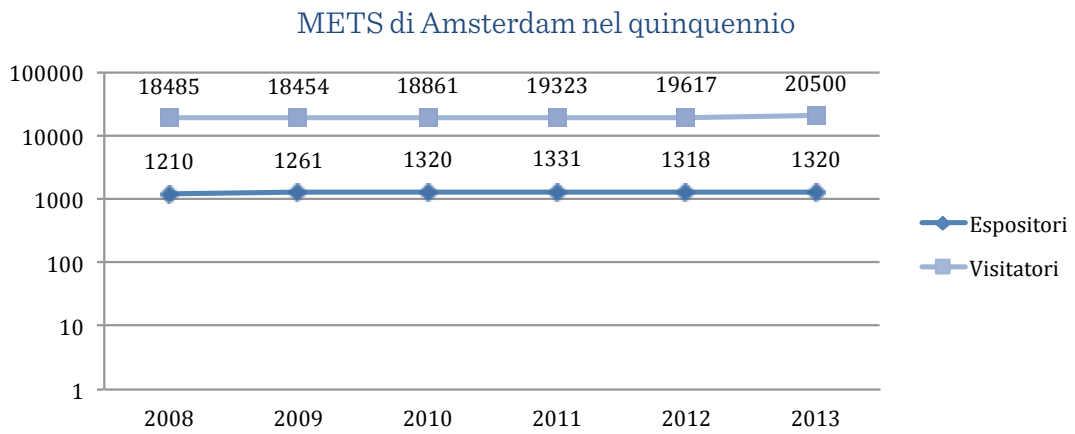
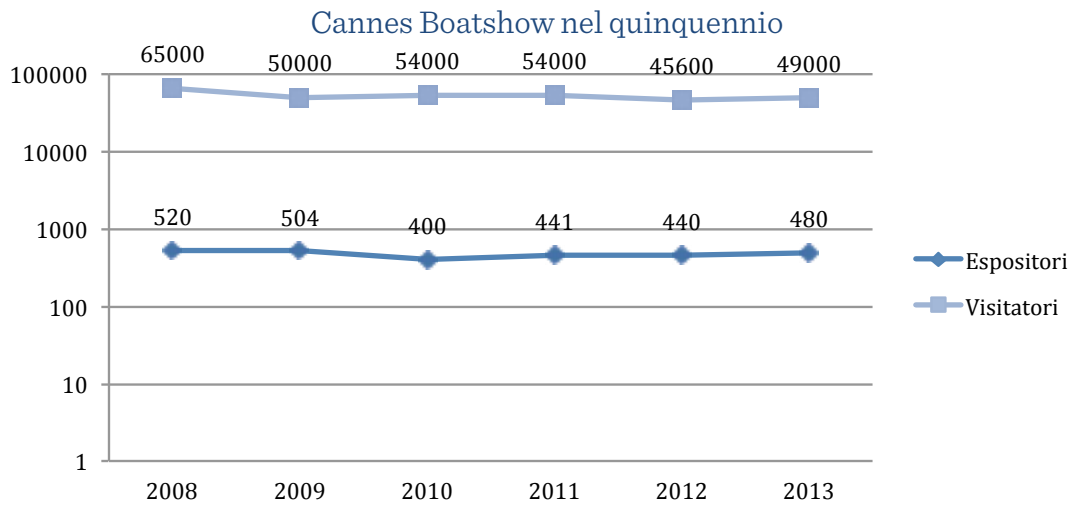


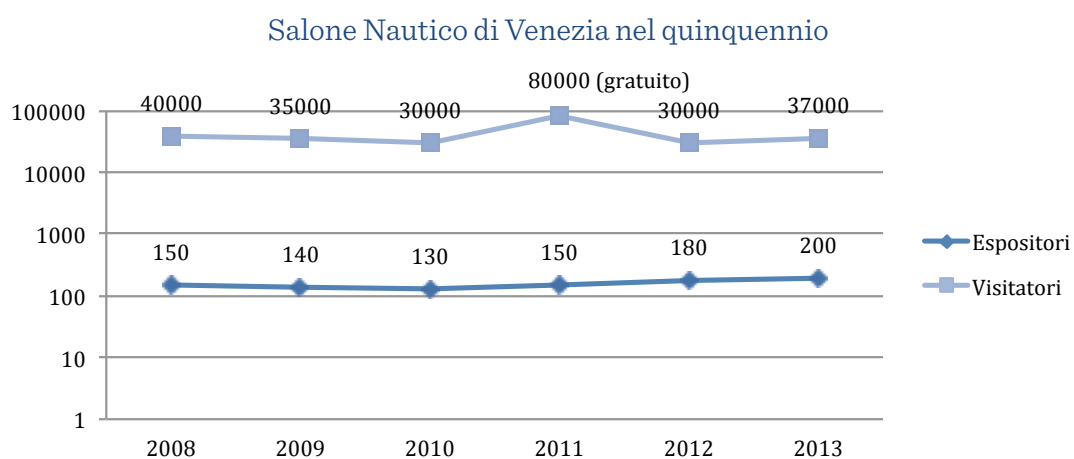
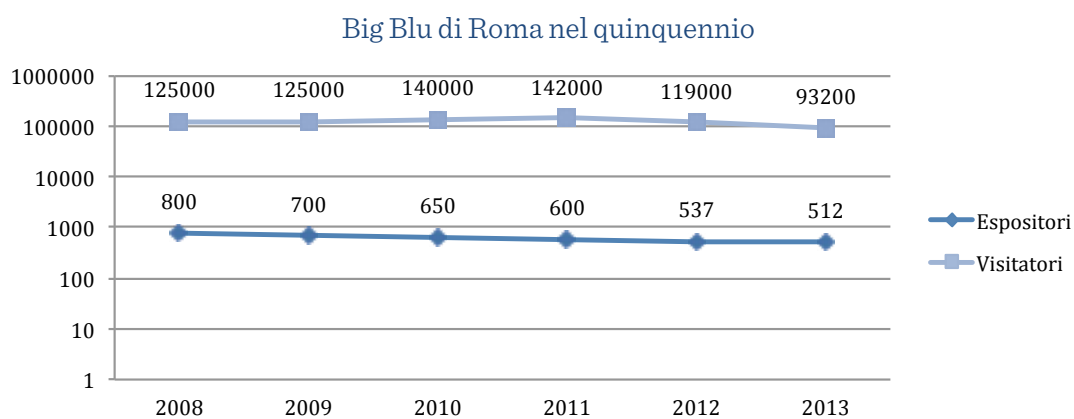
Industria nautica- produzione per Italia/Estero (in milioni di euro)



Boote Dusseldorf nel quinquennio







SALONI/EVENTI NAUTICI ITALIANI: LO SCENARIO ATTUALE

Nonostante la crisi globale e il calo sensibile del mercato interno, in Italia si susseguono un numero considerevole di saloni ed eventi commerciali della nautica:

- Salone Nautico Internazionale di Genova
- Seatec di Carrara, salone B2B di febbraio dell'accessoristica e della sub-fornitura
- YARE di Viareggio, evento B2B (non espositivo) di febbraio dedicato all'after market e al refit del grande yacht
- Big Blu di Roma, salone di febbraio dedicato al mercato del Tirreno
- Salone Nautico Internazionale di Venezia/Nauticshow/Mondomare (ex Padova), salone di aprile dedicato al mercato dell'Adriatico, Est Europa
- Nauticsud di Napoli, sospeso nel corso del 2013
- Fishingshow di Bologna, salone dedicato alla pesca sportiva, sospeso nel corso del 2013
- Eudishow di Bologna, salone della subacquea nuovamente insieme a Fishingshow dal 2014

- MYBA Charter Show di Genova-Porto Antico, salone privato dedicato al charter internazionale del grande yacht
- SNIM di Brindisi, salone nautico di Puglia di aprile
- Fano Yacht Festival, salone nautico locale di aprile
- Gaeta Yacht Med Festival, fiera dell'economia del mare di aprile
- Mondomare di Padova, confluito dal 2014 nel salone di Venezia

SALONI/EVENTI NAUTICI ITALIANI: LE ESIGENZE DEL MERCATO

Con la crisi del Salone Nautico Internazionale di Genova, si può affermare che sia caduto un «dogma»: la partecipazione abituale a saloni ed eventi nautici (italiani e/o esteri) senza una preventiva analisi della convenienza da parte dell'azienda ad investire in tale presenza espositiva. In tale ottica tutti quegli elementi di «misura» di un Salone concorrono ad influenzare le scelte, particolarmente a livello nazionale. Il primo elemento di scelta è il rapporto tra efficacia dell'evento dal punto di vista dei contatti commerciali maturati e i costi sostenuti dall'azienda per parteciparvi.

Un elemento certo che appare da questa prima analisi è la «passività» dei concept organizzativi, legati all'esigenze singole degli espositori piuttosto che da un disegno strategico a medio/lungo termine. L'ulteriore considerazione riguarda senza dubbio la carenza di un piano generale complessivo a livello almeno nazionale per rendere integrati almeno i principali eventi nazionali.

Il tema principale dibattuto è l'esigenza o meno di un Salone ampio e generalista che esponga il complesso degli operatori nautici, dalla produzione, ai servizi, al turismo nautico. Certamente l'esempio di Dusseldorf, così tutt'ora di successo, se da un lato porterebbe a sostenere la positività di tale indirizzo generalista, dall'altro pone comunque dubbi in merito alla sua realizzazione in un mercato, quello italiano, così scarsamente sensibile al diportismo rispetto al Centro-Nord Europa.

Gli interrogativi cui si dovrebbe dare risposta per una possibile strategia a livello almeno nazionale sono i seguenti:

- Opportunità di un grande Salone Internazionale «vetrina» dell'industria nautica italiana nel suo complesso (comprensiva quindi del mondo dei servizi e dell'accessoristica after market), ma anche espressione del turismo nautico, degli sport acquatici e della cultura del mare
- Manifestazione «innovativa» (sul modello dello YARE) dedicata all'accessoristica e alla sub-fornitura, con particolare attenzione ai grandi yacht, del service, del refit e after market
- Evento B2B dedicato al Charter Internazionale dei grandi yacht
- Esigenza di due Saloni nazionali fortemente B2C orientati ai mercati adriatico e mediterraneo
- Opportunità di eventi nautici fortemente locali di avviamento alla nautica e di fidelizzazione



5

Reti d'impresa nella nautica

MODELLI ORGANIZZATIVI DEL NEWBUILDING/REFIT/SERVICE

L'adozione di strategie di sviluppo delle piccole imprese in generale avviene sempre più frequentemente mediante l'ausilio di forme organizzative di tipo reticolare. La partecipazione ad una rete garantisce alle imprese vantaggi in termini di rapidità di applicazione delle innovazioni, condivisione degli investimenti e quindi frazionamento dei rischi, elasticità dei costi.

Occorre tuttavia, considerare, i rischi della struttura rappresentati soprattutto dalla sua instabilità, dalla perdita del controllo del know-how dei processi esternalizzati, dai comportamenti opportunistici dei partner. Gli obiettivi di adesione ad una rete da parte di una piccola azienda sono fondamentalmente due: acquisire il vantaggio competitivo "facendo squadra"; verificare l'opportunità di mercato anche introducendo in queste realtà organizzative processi di pianificazione innovativi.

La pianificazione, oltre a rafforzare il coordinamento della rete, le dà "visibilità", favorendo in tal modo opportunità di mercato, maggiore potere contrattuale, condizioni meno onerose di finanziamento. I principali ostacoli all'applicazione dei processi di pianificazione nelle reti per molti anni sono stati rappresentati dalle stesse imprese che vi partecipano, prive sia della cultura aziendale capace di percepire i vantaggi della pianificazione, sia delle competenze per svolgere funzioni di programmazione e controllo.

Tuttavia, in questi ultimi anni si rileva la presenza di alcuni fenomeni che potrebbero incentivare il ricorso alla pianificazione in queste organizzazioni. Le reti di impresa sembrano essere oggi la principale modalità di riorganizzazione del sistema industriale italiano per il prossimo futuro, le imprese più attive e innovative hanno infatti iniziato a discostarsi dal modello di business tradizionale per orientarsi verso forme di organizzazione produttiva a rete.

Queste attuali forme di aggregazione rappresentano una efficace strategia per lo sviluppo delle aziende del nostro territorio e un innovativo strumento competitivo, di base regolamentato dalla Legge n. 33/2009.

Sul piano giuridico, le **reti di imprese** sono forme di **coordinamento** di natura contrattuale tra aziende, in particolare PMI che vogliono aumentare la massa critica e avere maggiore forza sul mercato senza doversi fondere o passare sotto il controllo di un unico soggetto. Dal punto di vista economico, sono una libera aggregazione tra imprese con l'obiettivo di crescere in **competitività** e innovazione.

Il **contratto di rete tra imprese** è stato introdotto dal Decreto incentivi (legge n.33/2009). La legge Sviluppo 2009 n.99 ne ha poi esteso l'ambito di applicazione a tutte le organizzazioni imprenditoriali (non più solo SpA) ed ha attribuito alla rete **autonomia patrimoniale**.

MODELLI DI RETI D'IMPRESA

Il nuovo strumento giuridico per associarsi consente perciò di andare oltre i vecchi modelli (contratto di società o di consorzio, ATI, RTI, joint venture, contratto di franchising).

Rete verticale: aggrega aziende che condividono interessi legati a tutta la filiera produttiva, con obiettivi di consolidamento e responsabilizzazione.

Rete orizzontale: raggruppa piccole aziende "au pair" che si uniscono in rete per superare l'ostacolo della scarsa visibilità e del basso potere di negoziazione o per offrire ai clienti un'offerta più strutturata fruibile mediante tutte le aderenti.

Al 30/6/2012 risultavano 441 reti, di cui 362 composte nell'ultimo anno, per 2.323 imprese. Il 50% delle imprese in rete hanno un fatturato < 2 mil euro e condividono: sinergie, efficienza produttiva, promozione, distribuzione, innovazione

Molte reti purtroppo hanno scarsa collaborazione, o all'opposto hanno relazioni troppo strette che alienano il piccolo imprenditore da fare rete

VANTAGGI FISCALI

Le aziende in rete non vantano solo un miglior posizionamento strategico in termini di mercato, accesso al credito, brevetti, investimenti esteri e certificazioni di qualità.

Le aziende aderenti alle reti di imprese beneficiano anche di una speciale disciplina fiscale agevolata: un regime di sospensione di imposta di cui possono fruire – previa richiesta telematica – gli utili d'esercizio accantonati ad apposita riserva e destinati alla realizzazione di investimenti previsti dal contratto asseverato. In pratica, hanno diritto ad un differimento dell'imposta, che comunque non opera ai fini IRAP.

Il Dl 78/2010 (articolo 42, comma 2-quater) ha definito i requisiti per le agevolazioni. La normativa fiscale per le reti di imprese è disponibile sul sito dell'Agenzia delle Entrate.

CASE STUDIES

Nella nautica (di grandi e medie dimensioni) esistono tre casi visibili di reti d'impresa :

Rete verticale su cantiere capofila (Rete Imprese Azimut)

Subfornitura elettrotecnica (Rete Imprese Net-Y)

Offerta integrata nel service (Adria Blue Refit)

La Rete “BENETTI NET” presenta le seguenti caratteristiche (tratto da una presentazione tenuta recentemente da Benetti):

 <p>ITALIAN EXCELLENCE SINCE 1873</p> <p>SUMMARY</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ BENETTI AND THE SHIPBUILDING DISTRICT IN ITALY ✓ MARKET AND CHALLENGES ✓ BENETTI NET: THE NETWORKED ENTERPRISE <p>METS, Amsterdam, 14 November 2012</p> <p style="text-align: center;">AZIMUT BENETTI GROUP</p>	 <p>ITALIAN EXCELLENCE SINCE 1873</p> <p>The network companies:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mobilart Srl • Storm Srl • Sider Piombino Spa • Serventi Giovanni & C. Srl • Mec Carpensalda di Lotti Bruno & C. Snc • Team Italia Srl • Elettromar Spa • Tecnel Srl • Carmet Srl • So.L.Mec Scarl • Heinen Hopman Italia Srl • Consorzio Pucci Yachting • Finservice Impianti e Servizi Srl • La Toscana Impianti • Arredomare Srl • Domosystem Engineering Srl • SCM Srl <p>METS, Amsterdam, 14 November 2012</p> <p style="text-align: center;">AZIMUT BENETTI GROUP</p>	<p>The network companies:</p> <ul style="list-style-type: none"> Furniture Fairing and Painting Hull and superstructure fabrication Insulation Hull and superstructure fabrication NAV/COMM electronics Electrical systems Electrical systems Plumbing Metal works HVAC systems Furniture HVAC systems Plumbing Furniture A/V and domotic systems Metal works <p>METS, Amsterdam, 14 November 2012</p> <p style="text-align: center;">AZIMUT BENETTI GROUP</p>
--	---	--

Nei termini organizzativi e operativi, la Rete è governata da una Presidenza e da una Segreteria, entrambe facenti capo a Benetti, con un manager esterno e “indipendente” dall’azienda capofila. La progettazione è condotta da un team misto tra aziende della rete, che riferisce all’intera “assemblea” per le opportune decisioni. L’adesione ai singoli progetti non è obbligatoria da parte delle aziende aderenti alla Rete.

L’obiettivo dichiarato da Benetti è quello di creare a breve due ulteriori Reti:

Azimut Viareggio

Area Refit – Lusben

La Rete “Net-Y”, definita dagli stessi responsabili “the ease of integration” si pone l’obiettivo di “Lavorare in rete per raggiungere l’eccellenza”.

“Net-Y è la collaborazione tra aziende altamente specializzate che rappresentano l’avanguardia nella ricerca e sviluppo di soluzioni “chiavi in mano” per soddisfare il bisogno di sistemi tecnologici integrati a bordo. I prodotti ed i servizi tecnologici sono presentati da un unico fornitore che garantisce affidabilità e soluzioni qualificate sia per cantieri che per armatori. Sistemi elettrici, d’illuminazione, automazione, audio-video e controllo tutto in uno in una singola soluzione “chiavi in mano.” Semplificato, conveniente e personalizzato”, tutti vantaggi creati per incrementare l’appeal tecnologico dell’imbarcazione. A sua volta, questo facilita l’approccio per costruttori ed operatori di prodotti di nuova generazione.” (fonte: leaflet: Net-Y presso stand Yachtica).

Le aziende aderenti sono le seguenti:

- AltraLuce Progettazione e realizzazione illuminazione
- Yachtica Produzione sistemi elettronici integrati
- Nextworks Progettazione e realizzazione sistemi integrati
- Domosystem Sistemi integrati di comunicazione
- Sea Energy Sistemi elettrici navali
- Marine Automation
- A3 Elettronica, sistemi di sicurezza

Come detto la Rete Net-Y è una rete cosiddetta “orizzontale”, non esiste un’azienda capofila ma una figura di mandatario comune. A conferma di questa peculiarità, Net-Y è la prima realtà di rete nella nautica che si è dotata di una propria struttura autonoma di commercializzazione dell’offerta.

Le attività della rete consistono in progettazione e realizzazione sistemi domotici integrati per le imbarcazioni da diporto. Le imprese intendono condividere l’esercizio delle attività di prestazione di servizio o produzione di beni strumentali alla realizzazione di un prodotto finale attraverso varie fasi produttive.

Gli obiettivi (Programma di rete) dichiarati dagli interessati consistono nell’accrescere “efficienza delle lavorazioni tramite nuove forme di riduzione dei costi e accesso al mercato in forma associata”.

La rete d’impresa Adria Blue – Officina del Mare si colloca nel contesto dell’Alto Adriatico, ponendosi l’obiettivo di offrire servizi ai grandi-medi yacht di natura “relax-refit-repair”. Si tratta nei fatti di una rete orizzontale e territoriale con un’organizzazione più semplice che dovrà ancora essere ritarata sulle reali commesse acquisite.

Il caso del Distretto Nautico Italiano sull’isola cinese di Sanya-Hainan: Sanya Visun Tuscan Yachting

A ottobre 2013 è stata ufficialmente costituita la joint venture sino-italiana Sanya Visun Tuscan Yachting Co., Ltd. che coinvolge l’Italiana Toscana Refit S.r.l. e un partner cinese*, un’iniziativa imprenditoriale di service alle imbarcazioni da diporto che navigano le acque dell’isola di Hainan, la Capri cinese.

Toscana Refit è anch’essa un’azienda di recente formazione, costituita da 4 aziende italiane** selezionate per le competenze che sono in grado di esprimere a 360 gradi nel campo del service alle unità da diporto di medie-grandi dimensioni.

La compagine italiana controlla il 51% della joint venture, garantendo così alla nuova corporation una governance italiana. L’azienda ha al momento in gestione esclusiva un’area di 10.000 m² attrezzata con un capannone per la verniciatura e un travelift da 160 ton e risulta essere già operativa nella fornitura di servizi di riparazione e refit a imbarcazioni fino ai 30 metri.

Un’altra area di 66.000 m², dedicata al service di super e mega yacht fino a 80 metri, è attualmente in fase di progettazione e sarà operativa entro il 2015.

Tutti le risorse iniziali sono state investite dal partner cinese, mentre progettazione e gestione sono responsabilità della parte italiana.

Per comprendere le opportunità di mercato già presenti, si osservi che a Sanya già oggi staziona più di 200 unità da diporto tra i 15 e i 45 metri, numero destinato a crescere sicuramente nei prossimi anni sia per quantità delle barche, che per dimensione degli scafi. Il governo cinese ha infatti individuato l’isola di Hainan come destinazione turistica di lusso; non a caso sull’isola si tiene ogni anno quello che si è imposto come il principale evento cinese dedicato allo yachting e al lusso: lo “Hainan Rendez-Vous”.

Questa iniziativa costituisce senza dubbio un esempio di sinergia virtuosa tra realtà di mercato “lontane” dal nostro Paese ma emergenti, ed il know-how italiano. Oltre ad essere una opportunità per tutte le aziende interessate al mercato cinese, rappresenta anche un modello vincente per affrontare con successo l’internazionalizzazione nella nautica. Non a caso il progetto ha già ricevuto grande attenzione da parte della stampa specializzata e delle istituzioni.

**Partner cinese: Sanya Visun Royal Yacht Club (parte di Visun Group, grande realtà immobiliare con base sull’isola e investimenti in tutto il Paese).*

***Compagine italiana: VYC-Yachtica, Viareggio Supply Service, Tecnopool, Arredomare, Francesco Viridis.*



6

Osservatorio Nautico Veneto

In termini di distribuzione percentuale di numero di aziende e di addetti in Italia il Veneto risulta al nono posto rispettivamente con il 3,4% di aziende e il 1,4% di addetti sul totale nazionale. Limitatamente al settore della cantieristica nautica la Regione vanta il 4,5% di aziende e solamente lo 0,6% del Paese.

In termini generali di cantieristica navale la presenza nel Veneto è essenzialmente legata al gruppo Fincantieri che dal 1984 ha rilevato i Cantieri Navali ed Officine Meccaniche Veneziani ed il Cantiere Breda di Marghera (Venezia). Inizialmente, l'attività del polo cantieristico di Marghera era concentrato sulle navi militari per poi specializzarsi negli ultimi anni nella costruzione di grandi navi da crociera e traghetti Ro-Ro riuscendo a occupare in questo settore a livello mondiale importanti quote di mercato.

Per quanto concerne invece la nautica da diporto in senso stretto, affiancato al polo della grande cantieristica di Marghera, ma con valori economici significativamente inferiori, in Veneto sono attive in numero contenuto ma significativamente qualitative, molte aziende del settore. In particolare, nel 2007 si è costituito il "Distretto provinciale della cantieristica nautica veneziana" che coinvolge anche parte delle province di Padova, Rovigo e Treviso. All'atto della sua costituzione il Distretto ricomprendeva 270 unità locali per un totale di 1.300 addetti. Il distretto veneziano è un polo integrato in cui convivono attività diverse ma collegate tra loro: cantieristica civile e da diporto e servizi accessori, porto mercantile, attracchi turistici. La dimensione media d'impresa è molto ridotta: circa il 95% delle imprese ha meno di 5 addetti e si occupa anche di tutte le attività accessorie alla costruzione (rimessaggio, manutenzione).

All'interno del distretto operano due distinte tipologie di imprese: i cantieri tradizionali che lavorano prevalentemente nell'ambiente lagunare con prodotti legati all'uso nella stessa città (e servizi connessi) e, in minoranza rispetto ai primi, i cantieri innovativi, aziende che producono sia per il mercato nazionale che per quello internazionale. E' possibile operare una suddivisione delle lavorazioni a seconda dell'area territoriale cui si riferiscono: a Venezia e isole si producono imbarcazioni a fondo piatto, adatte all'uso in laguna; a Mestre e Marghera barche a vela, yachts e barchini; a Chioggia e Portograndi pescherecci e barche per trasporto passeggeri; nelle province di Rovigo, Treviso e Padova imbarcazioni moderne in metallo e vetroresina. All'interno del distretto sono presenti tutte le tipologie di fornitori, anche se la maggior parte opera a livello artigianale; uno dei punti deboli del distretto veneziano è costituito proprio dal basso grado di innovazione tecnologica che, nel recente passato, ha contribuito all'uscita dal mercato di alcuni operatori tradizionali, non in grado di adeguarsi all'evoluzione della domanda.

In tema invece di grandi yacht, se certamente l'area veneta non si connota come polo cantieristico, esiste una forte eccellenza nello yachting operativo grazie alle frequenti e numerose toccate di super yacht nella laguna. Il mercato dello yachting è in continua crescita e Venezia rappresenta una meta sempre più ambita che soddisfa le richieste di una clientela esigente. La domanda di ormeggi a Venezia da parte di mega-yacht cresce anno su anno così come la dimensione degli yacht stessi. Per questa ragione Venezia Terminal Passeggeri S.p.A. ha messo a punto una serie di progetti volti a sviluppare nuovi approdi e strutture indirizzate specificatamente ai mega-yacht nonché a migliorare quelli esistenti. Venice Yacht Pier S.r.l. è stata fondata 3 anni fa con l'obiettivo di facilitare lo sviluppo dell'industria dello yachting a Venezia migliorando al contempo la capacità di accoglienza di mega-yacht. Con la partecipazione del suo principale azionista Venezia Terminal Passeggeri S.p.A., la società è diventata operativa e sta portando avanti nuovi ambiziosi progetti di sviluppo per rispondere alle sfide poste da questo mercato nel futuro.

Recentemente costituito tra primarie aziende del settore, V.Y.S.A. (Venice Yachts & Ships Assistance) è il consorzio che, con proprio sede presso il Venice Terminal Passeggeri, società che gestisce il traffico crocieristico del porto lagunare, opera nel settore degli yacht e megayacht offrendo servizi tecnico-nautici oltre che provvedere alla promozione del ruolo del porto veneziano in questa prestigiosa fascia di utenza. V.Y.S.A si propone come riferimento operativo del Polo nautico veneziano, una realtà imprenditoriale rappresentata da circa un migliaio di aziende (tra dirette ed indotte), che operano con grande professionalità nel mondo della nautica. Questa nuova società di servizi è nata dall'esigenza di supportare lo sviluppo di questo particolare settore del diporto nautico che già 2004 aveva registrato la presenza sulle banchine veneziane di oltre 200 tra yacht e mega yacht. Una flotta questa che, sempre più presente in Mediterraneo e con probabili, sensibili incrementi, sembra aver riscoperto Venezia e l'Adriatico, non solo per fascino e l'unica della Serenissima, ma anche per la bellezza della costa istriana e dalmata, facilmente raggiungibile con qualche ora di navigazione.

Per quanto concerne il parco nautico, il Veneto, con 6.802 unità regolarmente iscritte, detiene il 6.5% del totale nazionale. I posti barca censiti dal Ministero delle Infrastrutture e Trasporti risultano 6.402 pari al 4,3% del totale del Paese. Nel corso del 2012 nella Regione sono state rilasciate 1.927 nuove patenti nautiche, mentre i rinnovi o le sostituzioni sono risultati pari a 2.630.

Nel rapporto vela/motore, le unità a vela registrate risultano pari a 1.620, mentre quelle a motore 3272 (di cui ben 3.580 di lunghezza inferiore ai 10 metri)

Riguardo la disponibilità di posti barca, dai dati forniti dal Ministero dei Trasporti che ha raccolto quelli forniti dalle Capitanerie di Porto e dalle Autorità Portuali, emerge che, su un totale di 6.402 posti, il 54% circa è situato in approdi turistici. In termini assoluti, il Comune di Venezia e quello di Jesolo dispongono nel complesso del 38,4% del totale dei posti barca, tuttavia solo il Comune di Jesolo e in parte il contiguo Comune di Cavallino-Treporti sono dotati di porti turistici per un totale di quasi 1.750 posti barca.

Avendo osservato l'altissima percentuale di unità di lunghezza inferiore ai 10 metri nel complesso del naviglio immatricolato, può essere interessante stimare il parco complessivo delle piccole unità naviganti in Veneto. A tal fine occorre considerare che in Veneto, dal 2002, tutte le unità da diporto non immatricolate presso le Autorità Marittime o gli Uffici della Motorizzazione, devono essere dotate di una targa denominata LV.

I dati forniti dalla Regione Veneto – Direzione Mobilità indicano in circa 45.000 le targhe LV rilasciate per le sole unità da diporto non immatricolate ai sensi della Legge Italiana (natanti inferiori ai 10 metri).

IL CENSIMENTO “AL VERO” DELLA PICCOLA NAUTICA NEL VENETO - LA TARGA LV

I contrassegni o le targhe LV sono necessari per navigare in laguna veneta e vanno applicati esclusivamente sui natanti da diporto a motore con potenza complessiva installata superiore a 10 HP. Per potenza si intende la potenza massima di esercizio (non quella fiscale) indicata nel certificato d'uso (10HP = 10,15 CV o 7,35 KW), e per potenza installata si intende la somma delle potenze dei motori che possono essere contemporaneamente usati per la propulsione. Si applicano ai fianchi poppieri del natante, fissandoli stabilmente alla massima distanza possibile dalla linea di galleggiamento.

I contrassegni (2 per natante) sono personali e hanno validità illimitata. Contestualmente ai contrassegni, è rilasciato anche un documento di accompagnamento (una sorta di tesserino magnetico) che riporta i dati dell'imbarcazione e del responsabile della navigazione.

Da Limiti di velocità e criteri generali riguardanti la navigazione nella laguna di Venezia-Ordinanza n.°19/2002 emanata dal Commissario del Governo Delegato al Traffico Acqueo nella Laguna di Venezia Prot. 211/2002 :“...a decorrere dal 31 agosto 2002, tutti i natanti da diporto a motore anche amovibile, con potenza superiore a 10 HP, per poter circolare nella laguna veneta, devono essere muniti di apposito contrassegno identificativo avente le caratteristiche previste dall'art.32 del Regolamento per il coordinamento della navigazione locale nella laguna veneta, approvato dalla Provincia di Venezia..”

“l'art.32 dalla rubrica - Contrassegni di identificazione dei natanti da diporto a motore - nella parte in cui dispone che “... le unità a motore anche amovibile non iscritte in pubblici registri (natanti da diporto a motore), con potenza complessiva installata superiore a 10 HP, devono essere muniti di contrassegni di identificazione che permettano di risalire all'intestatario, responsabile della navigazione”

“..la richiesta per il rilascio del contrassegno, redatta su apposito modulo fornito gratuitamente, dovrà essere inoltrata ai competenti uffici della Regione Veneto anche per il tramite degli uffici della Provincia di Venezia e dei Comuni della gronda lagunare (Venezia, Chioggia, Cavallino, Mira, Campagnalupia, Musile di Piave, Jesolo, Quarto d'Altino, Codevigo) presenti sul territorio;”

Interessante osservare la consistenza della nautica da diporto sul complesso del naviglio “lagunare”, come risulta dai dati riepilogativi forniti dall'Unità della navigazione interna c/o gli Ispettorati di Porto della Regione del Veneto.

Le unità “professionali” risultano immatricolate con targa RV :

UNITA' PROFESSIONALI “RV”:

- 3.200 unità (oltre circa 20.000 c.d. “non vive”)
 - Unità trasp merci / “da lavoro”: circa 650
 - Unità tras. persone: circa 1300
 - Unità pesca prof.le (o affini): circa 1150
 - Altro: circa 400
- 150 nuove iscrizioni/anno

Le unità da diporto risultano come detto immatricolate con targa LV:

UNITA' DA DIPORTO (NATANTI “LV”):

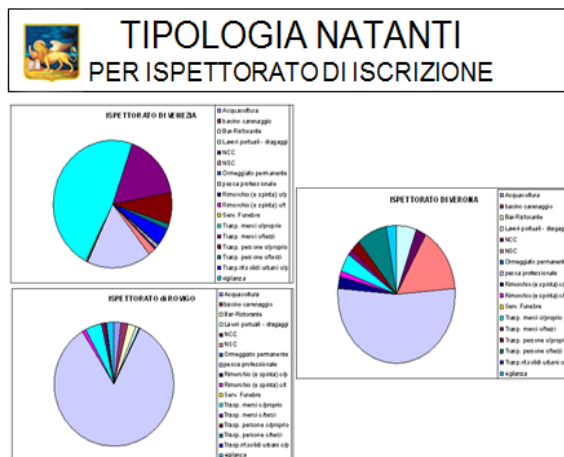
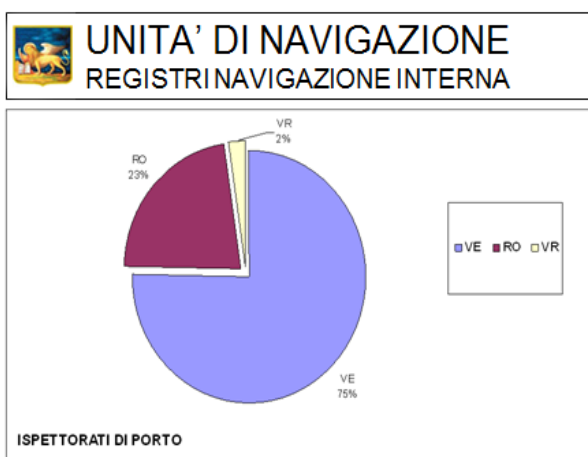
- 50.000 unità complessive (di cui circa la metà registrate nel 2002, all’atto dell’entrata in vigore della Legge)
- circa 2200/anno di nuove registrazioni.

Esiste anche una categoria cosiddetta di naviglio da “diporto commerciale” che risulta immatricolato con targa RV-DC :

UNITA' DIPORTO COMMERCIALE (c.d. contrassegni “RV-DC”)

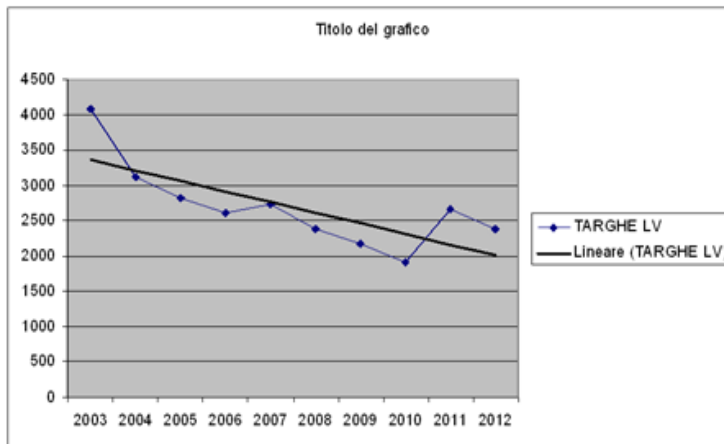
- circa 300 unità dal 2007

La suddivisione complessiva delle unità per provincia vede ovviamente la prevalenza di Venezia, come si evince dal grafico sottostante. Interessante anche la suddivisione per tipologia di unità.



Utile infine riscontrare l'andamento delle immatricolazioni LV che risulta ovviamente discendente dopo il picco registrato nei primi anni successivi al 2002, data di entrata in vigore della Legge Regionale.

 **TARGHE "LAGUNA VENETA"**
ANDAMENTO 2003-2012





7

Focus Regione Toscana

**Dati elaborati con la collaborazione di NAVIGO*

È anzitutto interessante esaminare i dati complessivi forniti per la Regione dal Ministero delle Infrastrutture e Trasporti, relativamente al naviglio da diporto immatricolato e alla logistica costiera.

Sono 11.775 le unità da diporto iscritte in Toscana, grazie alle quali la Regione si attesta al terzo posto, dopo Liguria e Campania, per unità iscritte.

Unità iscritte	% Unità iscritte su tot nazionale	Posti barca	% Posti barca su tot nazionale	Unità iscritte per ogni 100 posti barca	Km di litorale	Posti barca per km di litorale
11.775	11,2 %	19.066	12,8 %	61,8	561	34

Vale la pena osservare anche la tipologia di unità da diporto iscritte nella Regione.

Unità a vela					Unità a motore					Navi	Tot
L<10	10<L<12	12<L<18	18<L<24	Tot	L<10	10<L<12	12<L<18	18<L<24	Tot		
330	1.183	1.032	75	2.620	4.461	1.921	2.193	490	9.065	90	11.775

Nella consapevolezza dell'incidenza della cantieristica dei grandi yacht in Toscana, non sorprende che delle 250 navi da diporto immatricolate in Italia, ben 90 siano iscritte nei compartimenti toscani.

In tema di infrastrutture portuali turistiche, i posti barca censiti dal Ministero in Toscana risultano come detto 19.066, attestando la Regione al secondo posto dopo la Liguria.

Tipologia di struttura *			Classi di lunghezza			Totali
Porto Turistico	Approdo Turistico	Punto di Ormeggio	L<10	10<L<24	L>24	
5.545	4.347	9.174	14.220	4.620	226	19.066

* Il Ministero classifica i posti barca sono stati classificati in base alle seguenti tre tipologie di struttura desunte dal D.P.R. 2 dicembre 1997, n° 509, che all'art. 2 fornisce le seguenti definizioni:

- **Porto turistico** - ovvero il complesso delle strutture amovibili ed inamovibili realizzate con opere a terra e a mare allo scopo di servire unicamente o precipuamente la nautica da diporto ed il diportista nautico, anche mediante l'apprestamento di servizi complementari;
- **Approdo turistico** - ovvero la funzione dei porti polifunzionali aventi le funzioni di cui all'articolo 4, comma 3, della Legge 28 gennaio 1994, n° 84, destinata a servire la nautica da diporto ed il diportista nautico, anche mediante l'apprestamento di servizi complementari;
- **Punti di ormeggio** - ovvero le aree demaniali marittime e gli specchi acquei dotati di strutture che non comportino impianti di difficile rimozione, destinati all'ormeggio, alaggio, varo e rimessaggio di piccole imbarcazioni e natanti da diporto.

Se i dati relativi alle unità immatricolate e alla logistica portuale mostrano un discreto interesse anche in relazione allo scenario complessivo nazionale, certamente di interesse prioritario risulta invece l'analisi del complesso delle attività produttive connesse alla nautica che, grazie anche alla maggior tenuta del super yacht sui mercati internazionali, proiettano la Regione Toscana in una posizione di leadership a livello nazionale.

La tabella elenca i primi dieci cantieri al mondo per lunghezza totale di grandi yacht consegnati nel 2013. Si può osservare che quattro di questi operano in Toscana.

Benetti	432.90m
Sunseeker	407.38m
Lürssen	351.21m
Feadship	341.45m
Azimut	320.67m
Amels	225.45m
Sanlorenzo	189.80m
CRN	190.84m
Perini Navi	173.00m
Heesen	165.00m

Già nel 2010 uno studio congiunto dell'Ufficio Studi del Monte dei Paschi, Confindustria Toscana, Unioncamere Toscana e Ance, aveva superato lo schema delle classificazioni ufficiali delle attività economiche a livello nazionale, giungendo a ricostruire, per la sola Toscana, il complesso della filiera della nautica da diporto. Erano state utilizzate una serie di informazioni derivabili dal Registro delle Imprese ed in particolare, oltre ai codici di attività economica che identificano in maniera univoca le imprese della nautica, erano state selezionate anche quelle imprese che, pur appartenendo a settori diversi da quelli in precedenza considerati, risultavano comunque operanti nella filiera presa in esame.

- Il 28,2% nel settore **costruzione e riparazione** di imbarcazioni da diporto;
- Il 12,6% in **altre attività manifatturiere** (fra cui: meccanica, elettronica, legno-mobile, gomma e materie plastiche, tessile);
- Il 21,7% nell'ambito dei **servizi alle imprese o alla persona**, che vanno dai servizi avanzati (es. studi tecnici), all'informatica, alle scuole nautiche, alle attività turistico-ricreative;
- Il 37,5% nel settore delle **attività commerciali, di noleggio, edilizie ed immobiliari**.

Da tale studio si può facilmente comprendere come il passaggio da un approccio "per settori" (quello alla base delle classificazioni ufficiali) ad uno "per filiera" modifica in modo sostanziale la percezione del fenomeno anche da un punto di vista territoriale, facendo emergere maggiormente le aree più interne del territorio toscano che, in virtù di particolari specializzazioni locali a monte o a valle delle attività in precedenza considerate, svolgono attività che contribuiscono alla realizzazione del prodotto/servizio finale.

Nel dettaglio la suddivisione delle aziende è stata così condotta:

<i>Industria manifatturiera</i>	1.735	40,8%
Costruzione e riparazione di imbarcazioni da diporto	1.200	28,2%
Fabbricazione di macchine ed apparecchi meccanici	88	2,1%
Fabbricazione e lavorazione dei prodotti in metallo	79	1,9%
Fabbricazione macchinari elettrici/elettronici/ottici	31	0,7%
Fabbricazione di mobili	123	2,9%
Industria del legno e dei prodotti in legno	44	1,0%
Fabbricazione di articoli in gomma e materie plastiche	31	0,7%
Industrie tessili	43	1,0%
Altre industrie manifatturiere	96	2,3%
<i>Servizi alle imprese</i>	278	6,5%
Servizi avanzati alle imprese	48	1,1%
Informatica e altri servizi alle imprese	129	3,0%
Richiesta certificati e disbrigo pratiche	101	2,4%
<i>Servizi alla persona</i>	647	15,2%
Autoscuole, scuole di pilotaggio e nautiche	107	2,5%
Trasporti e relative attività di supporto ed ausiliarie	306	7,2%
Attività ricreative, sportive e turistiche	234	5,5%

<i>Commercio dettaglio, riparazioni elettromeccaniche</i>	583	13,7%
Commercio al dettaglio di natanti e accessori	131	3,1%
Commercio al dettaglio di altro materiale per la nautica	245	5,8%
Riparazioni elettro-meccaniche	207	4,9%
<i>Noleggio di imbarcazioni e attrezzature per la nautica</i>	396	9,3%
Noleggio senza equipaggio di imbarcazioni da diporto	260	6,1%
Noleggio di altri macchinari e attrezzature	136	3,2%
<i>Costruzioni e attività immobiliari</i>	234	5,5%
Costruzioni	99	2,3%
Attività immobiliari	135	3,2%
Altre attività e attività non classificate	382	9,0%
<i>TOTALE</i>	4.255	100 %

Nei termini invece dell'estensione territoriale, L'utilizzo di una "maglia" territoriale più fine ha consentito di apprezzare maggiormente l'esistenza di cluster locali dove si concentrano le attività legate alla nautica.

1	Viareggio	LU	665	15,6%
2	Livorno	LI	273	6,4%
3	Monte Argentario	GR	255	6,0%
4	Firenze	FI	228	5,4%
5	Carrara	MS	161	3,8%
6	Pisa	PI	160	3,8%
7	Massa	MS	159	3,7%
8	Rosignano Marittimo	LI	107	2,5%
9	Prato	PO	104	2,4%
10	Piombino	LI	97	2,3%
11	Orbetello	GR	96	2,3%
12	Portoferraio	LI	96	2,3%
13	Camaiole	LU	89	2,1%
14	Castiglione della Pescaia	GR	88	2,1%
15	Grosseto	GR	86	2,0%
16	Massarosa	LU	80	1,9%
17	Lucca	LU	76	1,8%
18	Cecina	LI	60	1,4%
19	Follonica	GR	51	1,2%

20	Pistoia	PT	49	1,2%
21	San Giuliano Terme	PI	38	0,9%
22	Arezzo	AR	34	0,8%
23	Campo nell'Elba	LI	34	0,8%
24	San Vincenzo	LI	34	0,8%
25	Scarlinto	GR	34	0,8%
26	Capoliveri	LI	31	0,7%
27	Castagneto Carducci	LI	30	0,7%
28	Isola del Giglio	GR	30	0,7%
29	Pietrasanta	LU	30	0,7%
30	Campi Bisenzio	FI	29	0,7%
	Altri comuni	FI	951	22,4%
TOSCANA			4.255	100,0%

A questo proposito si osserva che:

- i 9 comuni con almeno 100 unità locali appartenenti alla filiera nautica contribuiscono per il 50% al relativo totale regionale (i primi 30 al 78%): cinque di questi comuni sono capoluoghi regionali (Livorno, Massa-Carrara, Firenze, Pisa e Prato), fra i primi 30 solo Siena non compare nella graduatoria;
- l'elevata specializzazione della provincia di Lucca dipende in via esclusiva dall'elevato addensamento raggiunto a Viareggio e nei comuni limitrofi (Camaione, Massarosa e Pietrasanta);
- l'importanza di Viareggio emerge, in particolare, per il contributo offerto al totale regionale nelle attività di costruzione e riparazione di imbarcazioni da diporto, pari al 27% di quelle complessivamente presenti in Toscana: le attività manifatturiere incidono per il 62% sul totale delle unità locali di Viareggio, ed incidenze altrettanto elevate si riscontrano a Carrara (67%) e Massa (63%);
- l'incidenza dell'insieme di attività di servizi alle imprese, servizi alla persona e noleggio è invece relativamente elevata a Livorno (40%), Monte Argentario (39%), Firenze (43%), Pisa (35%), Rosignano Marittimo (33%) e Prato (38%).

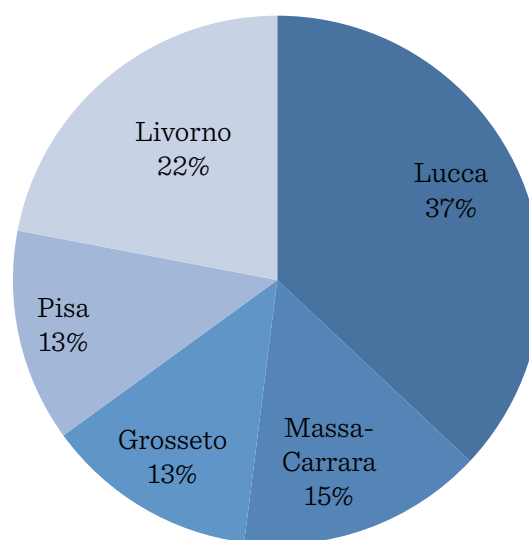
Dall'analisi della distribuzione territoriale della filiera toscana della nautica emergono in sintesi le seguenti caratteristiche:

1. La provincia di Lucca ospita il 37% delle unità locali toscane del comparto nella costruzione e riparazione di imbarcazioni da diporto, che per 74% si localizzano nel territorio del solo **comune di Viareggio**. Tale concentrazione si replica per il complesso delle unità locali manifatturiere della filiera, il 35% delle quali si colloca nella provincia di Lucca, che assume così un ruolo di primo piano non solo nella produzione di imbarcazioni, ma anche nelle fasi produttive a monte, quali la fabbricazione di componenti e accessori e nella produzione di beni intermedi per la nautica da diporto: si tratta di segnali di integrazione funzionale tra le unità locali della filiera che connotano il tessuto produttivo viareggino e lucchese con elementi di distrettualità.
1. Il legame con gli altri sistemi produttivi toscani emerge comunque con riferimento ad alcuni segmenti della **filiera a monte**, quali la fabbricazione di mobili, che si localizza a Pisa con il

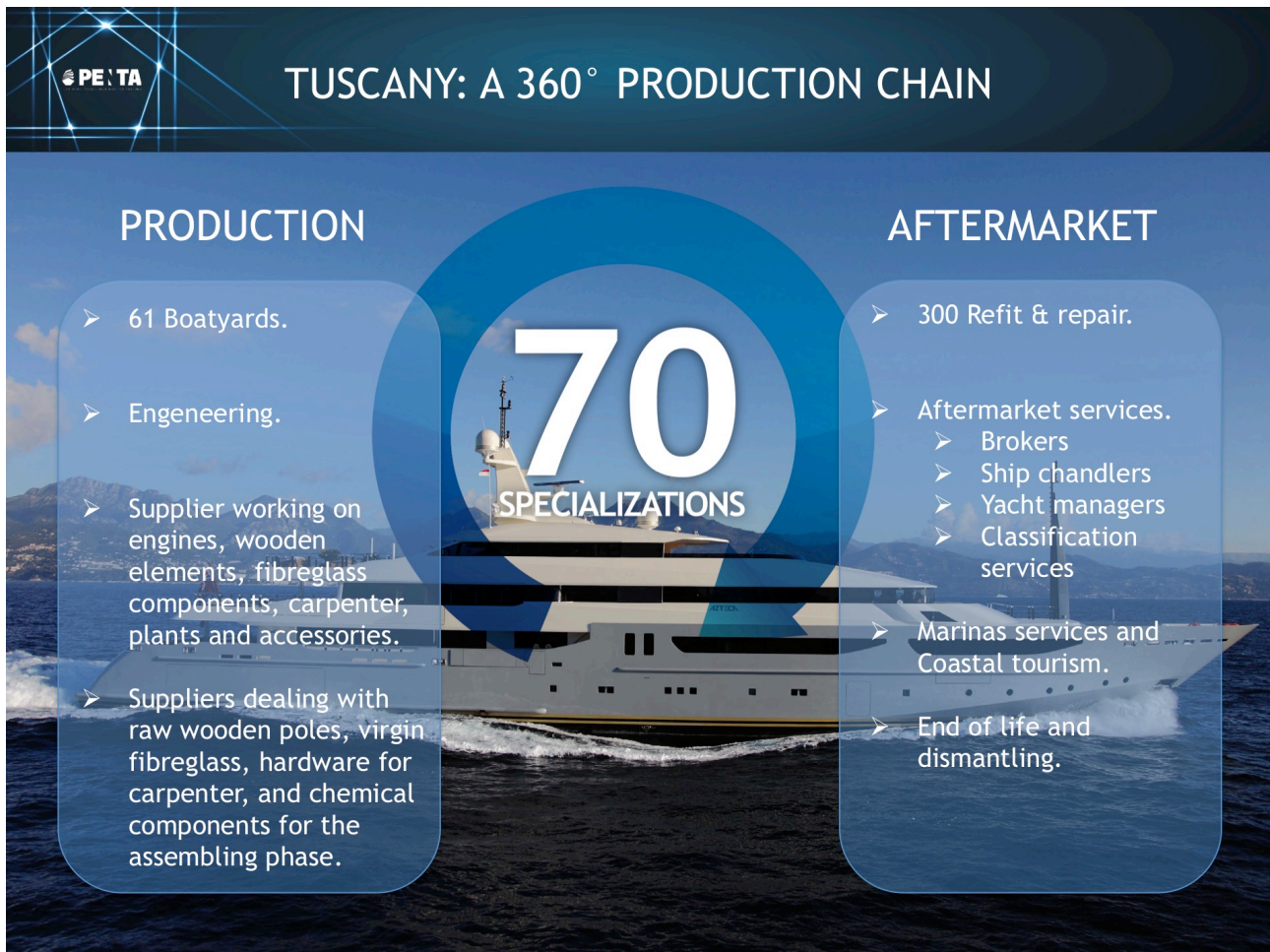
22% delle unità locali toscane, e i servizi alle imprese, per i quali assumono importanza le province di Firenze che con il suo milieu metropolitano offre il 21% dei servizi avanzati- e di Livorno, che anche grazie alla sua realtà portuale contribuisce per il 23% al complesso dei servizi alle imprese della Toscana riferibili alla nautica da diporto.

2. La distribuzione territoriale delle unità locali delle **fasi più a valle della filiera**, maggiormente legate al rapporto con il consumatore-fruitor finale, risente dell'importanza della morfologia della costa e delle caratteristiche paesaggistiche del territorio. La preminenza delle province di Livorno e di Grosseto spicca nelle attività di noleggio di imbarcazioni da diporto ed altre attrezzature per la nautica (rispettivamente 34% e 17%), nei servizi alla persona, quali scuole nautiche, attività ricreative, sportive e turistiche (Livorno 30%, Grosseto 23%), e nel commercio al dettaglio (19% e 21%), anche per la capacità di intercettare una domanda dove giocano un ruolo rilevante i flussi turistici e diportistici verso l'Arcipelago toscano.

Un ulteriore più recente focus teso ad identificare l'entità ed il valore delle aziende del distretto toscano è facilmente identificabile nei dati di massima che NAVIGO ha recentemente elaborato in seno al progetto PENTA, Polo d'Innovazione per la Nautica e le Tecnologie del mare, che sotto l'egida delle Regione raccoglie oltre 300 aziende del settore e si propone nel mondo delle imprese come "manager" per il trasferimento di know how tecnologico. PENTA, attraverso la sua rete di Università, CNR e centri di ricerca, si attiva per rintracciare le competenze atte a sviluppare l'idea imprenditoriale o a risolvere una data questione tecnica. PENTA si attiva anche per rintracciare i canali di finanziamento per sviluppare concretamente le idee innovative.



Secondo uno studio realizzato da NAVIGO la filiera dei superyacht coinvolge oltre 70 mestieri diversi, in grande parte presenti in imprese artigiane che spaziano dall'ambito produttivo in senso stretto, al mondo dei servizi, alla realtà del turismo nautico sempre più connesso ad un retroterra che in questa Regione mostra sensibilità e capacità sinergiche nei confronti dello yachting. Questo dato chiarisce la complessità costruttiva e le molteplici ed eterogenee competenze necessarie per realizzare una grossa imbarcazione.



Dati elaborati da NAVIGO in seno al progetto Penta, in termini economici si stima che la Regione esprima un fatturato complessivo pari a 1,530 milioni di euro, equivalente a circa il 45% del totale del Paese. Risultano censite 2,900 aziende (26% del totale italiano) con 15,000 persone impiegate (36% della forza lavoro complessiva italiana) per un rapporto medio dipendenti/azienda pari a 5,6.

Ai fini del computo delle imprese della nautica operanti nel territorio toscano NAVIGO ha condotto uno studio teso a:

- Aggiornare i dati anagrafici elaborati nel 2009 grazie ad un progetto transfrontaliero denominato MISTRAL aggiungendo le eventuali imprese al tempo non rilevate ed quelle divenute nel frattempo non più operative;
- Integrare l'anagrafe realizzata con il progetto MISTRAL aggiungendo le imprese dei territori delle Province di Massa Carrara e di Grosseto al tempo non censiti in quanto non inclusi nell'area geografica di partenariato;
- Realizzare un'anagrafe completa delle imprese che risulta quindi riferita geograficamente all'intero territorio delle province costiere Toscane (Massa – Carrara, Lucca, Pisa, Livorno o Grosseto).

Per mantenere un approccio coerente, NAVIGO ha adottato nei principi generali la stessa metodologia di rilevazione delle imprese del progetto MISTRAL che consisteva nei seguenti passi:

- utilizzo come base dati di partenza da aggiornare quella della piattaforma MISTRAL;
- estrazione di dati (ragione sociale, forma giuridica, sede, unità locali, n. dipendenti, ecc.) dal

Registro Imprese gestito istituzionalmente dal sistema delle Camere di Commercio, sulla base dei codici ATECO;

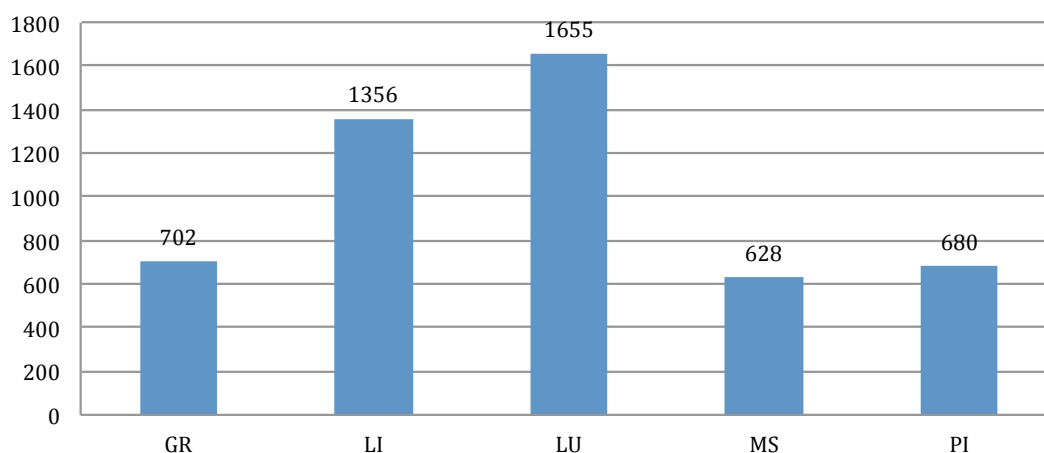
- applicazione di un filtro alle risultanze mediante utilizzo delle parole chiave già individuate con il progetto MISTRAL al fine di individuare le imprese potenzialmente appartenenti alla filiera in base alla presenza di almeno una parola chiave;
- classificazione delle imprese secondo lo schema di posizionamento definito dal progetto Mistr

Obiettivo finale del lavoro condotto da NAVIGO sarà infine di integrare i dati rilevati con le suddette attività mediante l'acquisizione di più approfonditi elementi conoscitivi quali:

- tipologie di beni e servizi prodotti,
- caratteristiche dimensionali di addetti e fatturato,
- unità operative e loro localizzazione,
- quota di fatturato sul settore nautico e su altri settori,
- mercati di riferimento,
- caratteristiche della catena commerciale in cui sono inserite
- tipologia e caratteristiche dei clienti serviti,
- dati economici di trend,
- caratteristiche organizzative,
- innovazioni di prodotto e processo introdotte.

Il risultato finale di questo lavoro, tutt'ora in corso, sarà particolarmente utile per fornire un quadro descrittivo completo di un distretto regionale come visto particolarmente orientato al mercato dei grandi yacht ed ai servizi ad essi connessi. A titolo puramente indicativo, il grafico sintetizza la ripartizione territoriale delle imprese delle Province costiere censite con il metodo complessivo sopra descritto.

Ripartizione territoriale imprese nautiche nelle Province costiere



Bibliografia

Fonti, Enti, Associazioni, Operatori intervistati

Il rapporto si avvale di contributi raccolti da fonti tecniche e statistiche delle diverse realtà degli stakeholders nazionali ed internazionali della nautica.

Sono state anche condotte interviste al telefono ed in loco presso i principali operatori e media, allo scopo di validare ed implementare i dati raccolti.

Si elencano di seguito, senza alcun ordine di importanza rivestita, le fonti impiegate, gli Enti e le Associazioni dalle pubblicazioni dei quali sono stati tratti spunti e valutazioni, nonché gli operatori intervistati. E' inteso che sono stati adottati i dati relativi alle pubblicazioni nella loro edizione/revisione più aggiornata alla data del 31 dicembre 2013.

The Superyacht Report	Sybass	Expovenice Salone Nautico Internazionale di Venezia
The Crew Report	Commissione Europea Dg Enterprise - Dg Fishery	Fiera di Roma - Big Blu
Superyachtintelligence.com	Comitato Economico e Sociale	Messe Dusseldorf - Boote
ShowBoat International	Ministero delle Infrastrutture e Trasporti - Ufficio di Statistica	Cannes International Boat Show
IBI - International Boating Industry	MYBA	RAI Exhibition
Super Yacht Business	Marina Porto Antico	YARE
Nautica	Amico & Co. - Bain & Co.	Lega Navale Italiana
Yacht Capital	Bain & Company	Federazione Italiana Vela
Vela & Motore	Altagamma	Yacht Club Italiano
Nautech	BVA Yachting	IKAROS Polo Nautico Formativo Regione Lombardia
TheDocks Data Base Intelligence	Autorità Portuale di Genova	Monte di Paschi di Siena
Camper & Nicholsons CNI Superyacht Index	Autorità Portuale di Venezia	Confindustria Toscana
CNA Nazionale Produzione Nautica	VTP (Venezia Terminal Passeggeri)	Ance Toscana
EURES	VYP (Venice Yacht Pier)	Unioncamere Toscana
UCINA - Nautica in Cifre	BMF	Camera di Commercio di Lucca
Federagenti - Sezione Yacht	NMMA	Università di Ferrara Dipartimento di Economia e Management
Osservatorio Nautico Nazionale	FIN	NAVIGO - Penta
OMN Osservatorio Mercato Nautico	ABYC	Regione del Veneto-Rapporto Statistico 2013
Symbola Fondazione per le qualità Italiane	Assomarinas	CNA Veneto
Pentar - Osservatorio Nautica & Finanza	Assonat	CNA Venezia
Icomia	Atena	Confindustria Friuli Venezia Giulia
European Boating industry	Fiera di Genova Salone Nautico Internazionale di Genova	Confartigianato fvg
	Carrara Fiere - SEATEC	

CNA PRODUZIONE - *Profilo Associativo*

CNA Produzione rappresenta e tutela circa 40.000 imprese artigiane e piccole e medie industrie appartenenti ai settori manifatturieri della metalmeccanica di produzione in conto proprio e in contoterzi, del legno e arredamento, della nautica da diporto e della chimica-gomma-plastica.

L'Unione interviene nel campo delle relazioni sindacali sottoscrivendo i CCNL e gli Integrativi Territoriali e Aziendali, svolge attività ampia di rappresentanza e di lobby volta a tutelare e a creare nuove opportunità economiche per le imprese intervenendo presso le istituzioni pubbliche sia italiane che comunitarie avvalendosi della rete di strutture e competenze del Sistema CNA.

E' presente con propri rappresentanti in vari enti di normazione tecnica e in centri di servizio specializzati di valenza nazionale riguardanti i settori della meccanica, del legno e della nautica, nonché in Comitati Tecnici e consultivi promossi dal MSE (Ministero Sviluppo Economico) e dall'ICE.

La "mission" principale di CNA Produzione è quella di:

Agevolare i processi di innovazione tecnologica e organizzativa all'interno delle imprese artigiane e PMI facilitando il contatto con i più qualificati centri per il trasferimento tecnologico e il mondo universitario più in generale anche promuovendo o cogestendo progetti mirati di studio e ricerca.

Sviluppare i processi di internazionalizzazione (partecipazione collettiva a fiere di settore, realizzazione di progetti mirati per "area Paese" e di workshop rivolti a potenziali committenti esteri in collaborazione con ICE e Camere di Commercio, consolidamento di relazioni e collaborazioni con altre organizzazioni imprenditoriali di settore europee ed extraeuropee, ecc.).

Favorire la diffusione delle conoscenze sulla normativa tecnica di settore e lo sviluppo delle competenze manageriali e il ricambio generazionale nella conduzione delle imprese tramite attività di formazione e informazione anche avvalendosi di tecnologie informatiche dedicate.

Agevolare i processi di alleanza e integrazione tra le imprese a livello territoriale, di filiera produttiva, di comparto omogeneo, con particolare attenzione ai rapporti di partnership tra committenti e fornitori.

In ottemperanza alla propria missione CNA Produzione è promotrice, direttamente o assieme ad altre organizzazioni, di proposte o progetti di legge finalizzati alla tutela e qualificazione delle imprese appartenenti ai settori interessati nel campo fiscale, della formazione, della politica energetica e dello sviluppo infrastrutturale.

L'attività di tutela e rappresentanza è agevolata all'interno dell'Unione CNA Produzione dalla creazione di Coordinamenti Nazionali di Settore: Meccanica, Legno, Nautica.

CNA NAZIONALE

Piazza M. Armellini 9 A, 00162 Roma

www.cna.it

produzione@cna.it

RICERCA E CONTENUTI

Ing. Lorenzo Pollicardo

Consulente CNA Produzione Nautica

PROGETTO GRAFICO



