

Nautica, maxi yacht in crescita La crisi non ferma il business

Raoul de Forcade



Il 66esimo Salone nautico internazionale di Genova ha chiuso ieri i battenti con 138.273 visitatori, in aumento dell'11,3% rispetto all'edizione dello scorso anno. Lo ha annunciato il presidente di Confindustria nautica, Piero Formenti, durante la giornata conclusiva della kermesse genovese.

Confrontando il risultato con le passate edizioni dei boat show «di Fort Lauderdale e di Dusseldorf, che sono i nostri competitor – ha aggiunto – quest'anno possiamo già dire di essere il primo salone nautico al mondo. Adesso dobbiamo mantenere questo primato. La spostamento della data ad ottobre (dall'1 al 6, mentre in precedenza era intorno al 20 settembre, *ndr*) è stato utile e lo abbiamo fatto perché ce lo hanno chiesto le imprese». I riscontri positivi, ha aggiunto Formenti, «arrivano dagli operatori di tutti i comparti: dalla piccola nautica alla vela, fino ai superyacht, dove sono stati conclusi e siglati contratti decisivi, avviati nelle tappe di Cannes e Montecarlo. Segnali eccellenti giungono anche dal settore accessori e componentistica».

L'edizione 2026 del Salone è arrivata dopo un 2025 in cui l'industria nautica ha marciato a diverse velocità: se i produttori di grandi yacht hanno continuato a registrare crescite – sia pure non ai ritmi degli anni precedenti e, in generale, non per tutti i cantieri – la nautica di medie dimensioni è rimasta stabile mentre la piccola ha segnato una marcata sofferenza. A pesare sul mercato è stata la crisi geopolitica mondiale, che ha impoverito, o comunque spaventato, i potenziali acquirenti d'imbarcazioni di dimensioni contenute. Alla

chiusura del Salone ligure, però, sembra spirare un vento di ottimismo, sia fra i grandi costruttori sia tra i piccoli.

L'esposizione di Genova, dice Marco Valle, ad di Azimut Benetti (numero uno al mondo, tra i produttori di yacht oltre i 24 metri) «è andata bene. Abbiamo registrato un grande incremento di visitatori rispetto alle precedenti edizioni. La media totale dei potenziali clienti interessati a un acquisto è cresciuta del 20% rispetto all'anno scorso. Inoltre abbiamo venduto cinque barche: per due di queste le trattative erano iniziate a Cannes e si sono concluse a Genova; per le altre, si tratta di clienti venuti direttamente a questo salone. Tra l'altro, tre yacht su cinque sono stati acquistati da stranieri. Contiamo, inoltre, 15 trattative in corso. Durante questa edizione del nautico, inoltre, abbiamo incontrato più visitatori esteri, rispetto all'anno scorso, soprattutto da Francia, Germania, Malta e dall'Est Ue, ad esempio da Bulgaria e Polonia. A mio parere, questo trend dipende al 100% dallo spostamento delle date del boat show che, peraltro, Azimut ha sempre caldeggiato».

Barbara Amerio, alla guida del gruppo Permare, rileva, per lo stand del cantiere «un record di visite, forse – dice – perché abbiamo esposto anche la nostra ammiraglia, cioè l'Amer 42 metri. Siamo più contenti di Genova che di Cannes. Abbiamo incontrato sia italiani che stranieri. Questi ultimi soprattutto da Slovenia, Croazia e Montenegro; poi alcuni orientali, con una delegazione da Hong Kong. Siamo rimasti colpiti dallo sviluppo del layout del salone, che è molto migliorato. Ed è stato positivo poter fare le prove in mare, soprattutto col 42».

Proprio il riassetto del waterfront, con più spazi dedicati ai maxiyacht e lo spostamento delle date, hanno favorito il ritorno a Genova di Overmarine, cantiere che realizza gli yacht Mangusta e che mancava, dal 2012, dal capoluogo ligure. «Tutti i boat show – afferma Maurizio Balducci, patron del cantiere – hanno le proprie caratteristiche, ma quello di Genova è sicuramente diventato, con la ristrutturazione del waterfront, uno dei più bei saloni al mondo; un'infrastruttura unica per poter realizzare un'esposizione completa, sia per accessoristica che per imbarcazioni, gommoni e tutto il resto». Overmarine ha portato a Genova sia il Mangusta 165, da 50 metri, sia l'Icona, da 21 metri, che, aggiunge «è piaciuta: abbiamo avuto diversi contatti con potenziali clienti e quindi siamo soddisfatti». Sul nuovo waterfront è molto positivo anche Massimo Perotti, patron di Sanlorenzo: «Così il Salone di Genova è diventato il più bello al mondo, con spazi che a Cannes e Montecarlo mancano: nei boat show francesi, ormai, non si riesce quasi più a

camminare e diventa addirittura difficile fare le trattative. Bene lo spostamento delle date di Genova e, per noi, anche le vendite».

Anche tra chi lavora con barche più piccole, si respira soddisfazione. «Noi di Frauscher – spiega Mauro Feltrinelli, importatore unico in Italia dei motoscafi austriaci (da 6 a 14 metri di lunghezza, *ndr*) – siamo contentissimi del Salone 2026. L'afflusso è stato inaspettatamente grandioso; poi abbiamo avuto il sole per tutta la durata della kermesse. Del resto, io sono stato sempre favorevole allo spostamento della data a ottobre: consente al cliente di visitare sia la fiera di Cannes che quella di Genova».

Arrivando alla gamma dei gommoni, anche per quelli medi e piccoli il mood è favorevole. «Il bilancio di Genova – afferma Francesco Ribolini, ad di Solemar (che realizza barche pneumatiche da 7,5 a 13 metri) – è positivo. Abbiamo chiuso alcune vendite in fiera, cosa che gli anni scorsi non era accaduta. Percepriamo segnali di ripresa del mercato e siamo fiduciosi».

© RIPRODUZIONE RISERVATA