

Nautica italiana sulla cresta dell'onda P.8-9

Nautica italiana col vento in poppa

● Oggi si apre il salone di Genova, una vetrina per il nostro Paese che è il primo esportatore al mondo della nautica di diporto. Una grande tradizione marinara che continua

Oltre un quinto della domanda globale è assorbita dal made in Italy

I cantieri significano posti di lavoro, economia che si riattiva, un marchio che circola

Testo di **Ermete Realacci**

Lil salone nautico che si apre oggi a Genova rappresenta una grande vetrina per un comparto d'eccellenza del Made in Italy. Fino al 5 ottobre saranno in mostra imbarcazioni che costituiscono una delle punte avanzate della nostra economia. L'Italia, infatti, è il primo esportatore al mondo nella nautica da diporto.

Quando parliamo di nautica qualcuno pensa solo a ricchi acquirenti che viaggiano su yacht di lusso e magari a scandali legati all'evasione fiscale, che ovviamente va fermamente combattuta. Faremmo bene, invece,

a pensarla come una antica tradizione marinara del nostro paese, fatta di cantieri grandi e piccoli, che in questi anni difficili ha avuto la capacità di continuare a crescere, tenendo il passo alla domanda sempre più forte dei mercati mondiali e conquistando le posizioni di testa. La cantieristica significa posti di lavoro, occupazione qualificata, specializzazioni che partono dai saperi antichi delle nostre comunità marinare e che evolvono trovando la sintesi nella innovazione tecnologica e nell'alta qualità dei prodotti in chiave green.

In questo settore, secondo i dati elaborati da Fondazione Symbola, Fondazione Edison e Ucinca, l'Italia sverta nelle classifiche mondiali. Oltre un quinto della domanda internazionale è assorbita dal Made in Italy: il 21,7% del totale. È un risultato che fa della diportistica italiana la prima al mondo per quote di mercato, coi principali competitor che ci seguono a distanza: gli Usa col 14,5%

del mercato e la Germania con l'11,4%.

Con oltre 2,3 miliardi di dollari, la cantieristica nautica da diporto italiana è la prima al mondo per valore del surplus commerciale. Il doppio della Germania (1,2 mld), e molto meglio di Francia (583 mln) e Usa (547 mln), rispettivamente seconda, terza e quarti. Un valore, quello italiano, pari alla somma dei risultati di questi tre paesi, nostri principali competitor, nonché in crescita



rispetto al risultato del 2009 (1,9 mld). E il surplus della nautica rappresenta oltre il 4% del surplus complessivo registrato dall'Italia nel 2014.

Questi numeri ci impongono un'altra riflessione. Si è detto molto, in questi anni di crisi, che il problema del sistema economico italiano era la sua competitività. I dati ci dicono, invece, una cosa diversa. Nonostante la crisi, il sistema delle imprese ha continuato a "tirare" nell'export. Quello della nautica è solo uno degli esempi più virtuosi, ma se guardiamo i dati complessivi vediamo che negli anni più difficili della crisi (2012 - 2013) il fatturato manifatturiero totale con l'estero è cresciuto del 16,5% (contro 11,6% della Germania e 5,9% della Francia) mentre il crollo si è avuto nel mercato interno, con un tasso negativo del 15,9% (mentre la Germania calava dello 0,3% e la Francia aumentava del 4,6%). Questo vuol dire che le politiche di austerità, applicate in forma spesso miope, hanno peggiorato la situazione italiana spingendola in una recessione, appesantita dai mali strutturali del nostro Paese. Abbiamo ancora scarsa mobilità sociale e forti disuguaglianze, troppa economia sommersa, criminalità e illegalità diffusa, un Sud che fatica a colmare il proprio ritardo, una burocrazia spesso inefficace e soffocante. Tutti fattori che zavorrano la nostra economia anche se, finalmente, cominciamo a vedere il segno "più" davanti a tanti indicatori economici. Nel mese di luglio l'export com-

plexivo italiano è cresciuto del 6,3% portandoci in vetta ai paesi dell'eurozona. Dall'inizio dell'anno le esportazioni sono aumentate del 5%; più della Germania e molto più della Francia. Negli Stati Uniti le nostre esportazioni sono aumentate del doppio della media europea. Questi numeri ci dicono che cresce la domanda di Italia nel mondo.

Quindi il principale problema italiano era, ed è, il mercato interno e non certo la competitività. Ma come sono rimasti competitivi quei settori, come la nautica, ma anche l'agroalimentare, la meccanica, la moda, e tanti altri, che guidano le classifiche dell'export e continuano a crescere e ad assumere? Con una ricetta molto semplice: puntando sulla innovazione dei prodotti e dei processi, guardando alla green economy come fattore di cambiamento, puntando costantemente sulla qualità e la bellezza come tratto distintivo del Made in Italy. Sulla capacità dell'Italia, come diceva Cipolla, «di produrre all'ombra dei campanili cose che piacciono al mondo». Una dinamica che funziona meglio lì dove le imprese riescono ad entrare in sintonia con il territorio, recependo il meglio della cultura e delle tradizioni, miscelando vecchi e nuovi saperi, sfruttando la creatività storica degli italiani innestata con le nuove tecnologie.

Così la nautica italiana tiene salda la barra della competitività. Gli inter-

ni e le rifiniture delle nostre imbarcazioni sono noti al mondo per la loro alta qualità. Non ci sono guarnizioni che si scollano sotto l'erosione del sale, non ci sono arredi che si scardinano alla prima mareggiata. Le linee e il design dei nostri natanti vengono imitati (con scarsi risultati) da mezzo mondo e le tecnologie di navigazione sono all'avanguardia.

È questo valore fatto di qualità e innovazione che consente alle nostre imprese della nautica di primeggiare in Europa anche sul fronte del lavoro: con quasi 9.000 occupati diretti nella produzione cantieristica (e 18.000 complessivi) superiamo Regno Unito (8.363), Francia (7.083) e Germania (5.738). Per quanto riguarda il numero di imprese costruttrici, a parte i Paesi Bassi (che ne hanno più di noi, ma di dimensioni ben minori: 5,7 addetti per azienda, in media, contro i nostri 14,8), l'Italia, con 598 aziende, primeggia davanti a Svezia, Regno Unito, Francia, Polonia e Germania.

L'esempio della nautica da diporto dimostra, quindi, che è possibile affrontare l'economia globalizzata e far ripartire lo sviluppo del paese, cambiando passo e direzione di marcia anche nei momenti più difficili. Nessuno può pensare di uscire dalla crisi allo stesso modo in cui siamo entrati. Puntando su qualità, innovazione e green economy la sfida può essere vinta. Non tutti i settori sono pronti, ma la strada da percorrere è questa. Come dice un antico proverbio cinese: "quando soffia il vento del cambiamento, alcuni costruiscono muri, altri mulini a vento". Noi siamo per scommettere sui mulini a vento. Per prendere il largo con le vele spiegate.

36

LA KERMESSA

Sei giorni per fare il punto e prendere il largo...

— L'evento di Genova dedicato al mare e alla nautica quest'anno porta in scena oltre 1000 imbarcazioni provenienti da oltre 36 paesi del mondo.

LA QUALITÀ CHE PREMIA

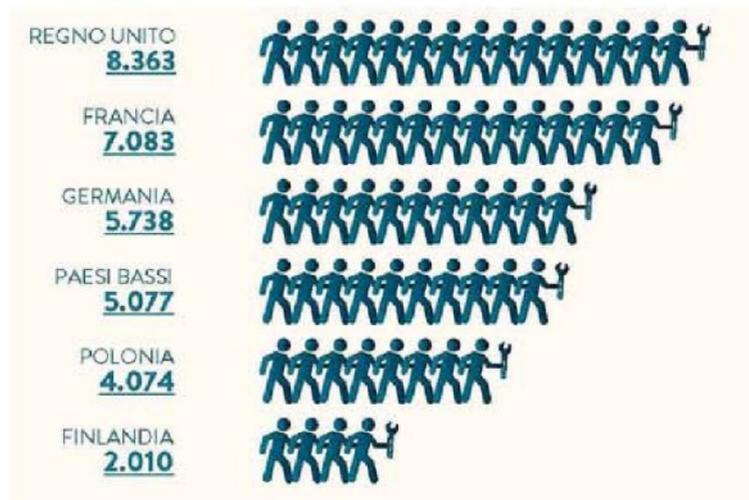
Primi con un quinto dell'export globale

Oltre un quinto della domanda internazionale di prodotti della nautica da diporto è assorbita dal Made in Italy. Risultato che fa della nautica italiana la prima al mondo per quote di mercato, mentre gli Usa ci seguono col 14,5% del mercato e la Germania con l'11,4%. Una leadership assoluta, che diventa ancora più netta nella produzione di imbarcazioni e yacht da diporto.



UN MARE DI LAVORO

Il più grande sistema di imprese



Quasi 9mila occupati nella produzione cantieristica in Italia a fronte dei 18mila totali in Europa.

SULLA CRESTA DELL'ONDA

Campioni del mondo per surplus commerciale



Con oltre 2,3 miliardi di dollari, la cantieristica nautica italiana è la prima al mondo per valore del surplus commerciale (differenza tra import ed export). Il doppio della Germania (1,2 mld) e molto meglio della Francia (583 mln) e Usa (547 mln), rispettivamente seconda, terza e quarti. Un valore, quello italiano, pari alla somma dei risultati dei tre Paesi, nostri competitor.