



Genova: il Salone Nautico Internazionale in numeri

Genova, 10 ottobre 2014 - Confermato il dato positivo sull'affluenza del pubblico per la 54esima edizione del Salone Nautico Internazionale di Genova conclusasi lo scorso 6 Ottobre: alle 18.30, orario di chiusura dell'ultimo giorno, sono 109.200 i visitatori (l'ultimo dato comunicato era di 107.000 visitatori alle 14.00 dello stesso giorno). Di seguito riportiamo una sintesi degli ultimi dati comunicati lo scorso 6 ottobre e durante lo svolgimento del salone

- Buono il potenziale giro d'affari sviluppato secondo l'Osservatorio Nautico Nazionale che, come di consueto, ha compiuto una rilevazione qualitativa dell'edizione 2014 del Salone Nautico. La maggioranza del totale degli operatori (53,8%) si è dichiarata più soddisfatta della qualità dei contatti avuti con i clienti rispetto all'edizione precedente (il 28,8% in linea, tutti i dettagli della rilevazione in chiusura del comunicato).
- Il Salone Nautico del 2014 è il primo a essere organizzato da I Saloni Nautici SpA. La sua "governance" si basa sulle esigenze e le richieste degli associati Ucina. L'obiettivo era quello di creare una struttura moderna ed efficiente per il Salone Nautico, a fronte delle difficoltà emerse nelle edizioni precedenti. E' stato quindi elaborato un realistico piano di tre anni per il rilancio della manifestazione: la tappa che vede confermata la 55esima edizione è in programma dal 30 settembre al 5 ottobre 2015.
- Le uscite in barca organizzate dai vari brand esposti sono state più di 1.300, con quasi 3.000 persone coinvolte. Un piccolo esercito di giovanissimi è invece stato messo in acqua dalla FIV, la Federazione Italiana Vela, e "Navigar m'è dolce" l'iniziativa di Ucina per la promozione della nautica, con oltre 1.200 piccoli marinai in erba che hanno sperimentato i loro primi bordi nelle acque di Genova.
- Ottimo anche il riscontro degli incontri organizzati, con il supporto di ITA (Italian Trade Agency, ex ICE) tra operatori e stampa straniera con gli espositori del Salone aderenti all'iniziativa. I 500 incontri realizzati tra buyer stranieri ed espositori, e i 960 press-match che hanno avuto luogo, rappresentano un dato decisamente positivo. Nel complesso erano 108 gli operatori stranieri presenti invitati da Italian Trade Agency - di cui 68 i giornalisti - provenienti da 30 diversi paesi. Tra le nazioni più rappresentate: USA, Germania, India, Emirati Arabi, Brasile, Russia, Spagna e Cina (incluso Hong Kong).
- Anche la comunicazione si fa più innovativa. Da segnalare un inedito successo per il

Salone sui social media. Nei primi 5 giorni 300.000 persone hanno visto un contenuto della pagina Facebook con oltre 40.000 interazioni. Superati i 25.000 fan, con un incremento del 38% rispetto all'anno precedente consolidando il primato di salone nautico con più fan in assoluto al mondo. Il sito del 54° Salone ha fatto registrare 400.000 pagine viste e 63.500 utenti unici con una media di permanenza sul sito di circa 3'30". Bene anche Twitter, con un aumento del 22% dei follower nel periodo di salone.

I NUMERI DEL SALONE

180.000 mq di superficie di cui 100.000 in acqua

760 marchi esposti

1.000 imbarcazioni presentate

100 le novità

Durata: 6 giorni

Composizione merceologica: 30% barche a vela- 30% battelli pneumatici - 40% imbarcazioni a motore

Dati generali:

Il settore della vela ha fatto registrare un +22% rispetto al 2013 con alcune anteprime mondiali. Cresciuta del 50% la presenza di espositori degli accessori per la vela. Ottimi anche il comparto multiscafi.

In linea con la passata stagione il settore delle imbarcazioni entro bordo, mentre con un +50% è eccellente il riscontro degli scafi con fuoribordo che quest'anno sono stati esposti in acqua.

*Dettagli rilevazione qualitativa Osservatorio Nautico Nazionale

La rilevazione è stata effettuata intervistando gli operatori, dei quali è stato estratto un campione del 10% delle aziende espositrici, stratificato secondo i settori merceologici e suddiviso in tre grandi aree: Primo Acquisto (Padiglione B, area accessori, gommoni, fuoribordo); Area Vela (darsena piccola, Imbarcazioni a vela, Sailing World, accessoristica, derive veliche); Area Motore (Darsena Grande, Imbarcazioni a motore, Yacht, Power Village). Il Salone è ritenuto più curato del passato per oltre il 65% degli espositori delle Area Motore e Area Vela. La funzionalità del salone è giudicata allineata al passato per oltre l'80% degli espositori dell'area Primo acquisto - che si è mantenuta invariata rispetto alla radicale innovazione portata a termine lo scorso anno - e ha registrato la grande soddisfazione dall'Area Motore, per il 61,5% degli intervistati, e della Vela per il 50%. Fra gli aspetti da migliorare segnalati dagli espositori, al primo posto vi sono la qualità e la manutenzione del quartiere fieristico, indicati dal 45,8% degli operatori. Al secondo posto, decisamente più staccate, le aree parcheggio.