



Il Salone Nautico di Genova ha presentato a Dusseldorf il format della 55° edizione

Il 19 Gennaio 2015, a Düsseldorf, in occasione di una delle più importanti fiere del settore nautico a livello mondiale, il Salone Nautico Internazionale di Genova ha presentato alla stampa di settore internazionale le linee guida della prossima edizione. Confermata l'efficacia del format 2014, il Salone di Genova punta a diventare polo strategico al centro del Mediterraneo. Si rafforzeranno le tradizionali aree espositive cui si aggiungeranno nuovi spazi dedicati agli appassionati di sport acquatici di ogni tipo. Un invito ai diportisti di tutto il mondo: scoprire le novità della nautica a Genova e fare dell'Italia una meta privilegiata per vivere il mare secondo le proprie passioni. I risultati dell'edizione 2014, ritenuti più che soddisfacenti dagli organizzatori del Salone Nautico Internazionale di Genova, confermano la qualità della strada intrapresa con il nuovo piano di sviluppo lanciato nel 2013, convincono a proseguire nel rafforzare aree merceologiche strategiche e a svilupparne di nuove.

Oltre 109.000 visitatori registrati nell'arco di cinque giorni assegnano all'appuntamento fieristico genovese il titolo di più frequentato Salone Nautico del Mediterraneo, primo anche per varietà delle tipologie merceologiche rappresentate. 1000 imbarcazioni esposte sia in acqua sia a terra, 760 espositori che hanno presentato oltre 100 novità, 1300 prove in acqua per un totale di circa 3000 persone impegnate a testare i più innovativi 'gioielli del mare'. Buono anche il potenziale giro d'affari e il giudizio degli espositori che, secondo l'Osservatorio Nautico Nazionale, si dichiarano per il 53,8% più soddisfatti della qualità dei contatti rispetto all'edizione precedente. E ancora: 1450 giornalisti appartenenti a 410 testate e provenienti da 30 diversi Paesi. Sono questi i risultati incoraggianti di un evento che ha dovuto confrontarsi con una situazione economica europea di segno non certo positivo.

Meno facilmente misurabile, ma per gli organizzatori determinante, l'atmosfera percepita e la nuova passione che ha animato i visitatori: alla possibilità di conoscere le ultime novità in tema di nautica si affianca l'opportunità di vivere nuove esperienze legate alla passione per il mare.

Da queste considerazioni nasce la scelta di rafforzare e sviluppare il percorso strategico triennale avviato l'anno scorso, che vede nella nuova struttura dell'organizzazione un asset importante. L'edizione 2014 del Salone Nautico è stata, infatti, la prima organizzata dalla società I Saloni Nautici SpA, di recente costituzione e a carattere privatistico, che ha come socio UCINA Confindustria Nautica e può muoversi con flessibilità su un mercato di cui vanta, al contempo, una conoscenza unica.

"La nostra industria, il nostro mercato, le nostre capacità produttive hanno bisogno

della loro vetrina” ha affermato Lamberto Tacoli, neo Presidente di UCINA Confindustria Nautica, insediandosi in qualità di vice con maggior anzianità in seguito alle recenti dimissioni di Massimo Perotti. “Non è un segreto che nei mesi scorsi abbiamo discusso molto lasciando come punto fermo il Salone di Genova di ottobre. La stagione si apre con il progetto della 55esima edizione che UCINA ha affidato come lo scorso anno, prima edizione con questa formula, a I Saloni Nautici. Il suo Presidente, Anton Francesco Albertoni e Alessandro Campagna, hanno tracciato un progetto nel solco del rinnovo per assecondare le mutate esigenze di mercato.”

“Il progetto del 55° Salone Nautico Internazionale di Genova è ad uno stato avanzato di realizzazione” sottolinea il Presidente de I Saloni Nautici, Anton Francesco Albertoni. “Le date sono definite, non abbiamo incertezze sulla struttura operativa, i contratti di affitto delle aree sono già chiusi, i rapporti con i principali partner avviati, e tutto con notevole anticipo rispetto allo scorso anno. Il layout punterà a rafforzare alcuni aspetti peculiari dell’esposizione, prima tra tutti la gamma dei prodotti rappresentati. La suddivisione in quattro macro-aree – motori fuoribordo e gommoni, powerboat e motoryacht, vela, accessori e componentistica – costituisce un format valido per i target di riferimento, ma ogni singolo settore potrà godere di nuovi strumenti che ne valorizzeranno le specificità per meglio rispondere alle attese sia dei visitatori sia degli espositori. Grandi novità riguarderanno l’espansione di alcune aree, veri e propri mondi, per appassionati di mare e sport acquatici in generale, con l’obiettivo di attrarre e coinvolgere un gran numero di ‘nuovi fan’, anche e soprattutto giovani, provenienti da ogni parte d’Europa. Prime tra tutte: il diving e la pesca sportiva, due attività che contano, solo in Italia, rispettivamente 250.000 e 1.300.000 praticanti. A seguire, tutte le attività sportive d’acqua, dal windsurf al surf da onda.” Il Salone Nautico di Genova sarà sempre più un luogo da vivere all’insegna dell’emozione e, perché no, dell’adrenalina: non solo spazi appositamente allestiti per potenziare la presenza di alcune tipologie merceologiche, quindi, ma anche grandi eventi che daranno ai visitatori la possibilità di conoscere i prodotti testandoli personalmente e vivendo esperienze uniche.

In occasione della 55° edizione si svolgerà il primo “Torneo Big Game” durante il quale i partecipanti saranno ospiti di affascinanti fishing boat e potranno fare uso delle attrezzature più all’avanguardia navigando e misurando le proprie abilità nelle splendide acque del Mar Ligure.

“Fascino del mare e potenzialità del territorio: questi sono altri elementi strategici per il futuro del Salone italiano sui quali si sta lavorando per far sì che i risultati abbiano ricadute positive e a lungo termine senza limitarsi all’industria nautica” puntualizza Alessandro Campagna, Boat Show manager. “Secondo uno studio della Fondazione Symbola-Unioncamere, l’Italia è la prima meta turistica dell’Eurozona per i visitatori extra europei con 56 milioni di notti all’anno trascorse in strutture alberghiere da cittadini provenienti da Cina, Brasile, Sud Korea, USA e Canada.

E’ la nazione con il più ricco patrimonio riconosciuto dall’UNESCO*. Le recenti leggi che hanno ridotto l’IVA per la permanenza nelle marine dal 22% al 10% insieme agli 8.000 chilometri di coste da sogno possono costituire un importante incentivo al turismo nautico.

Per l’Italia il 2015 significa anche EXPO. 20 milioni di ospiti attesi da tutto il mondo per un evento che avrà il suo fulcro a Milano, a un’ora e mezza di auto o treno da Genova e al quale il Salone di Genova si sovrapporrà per alcuni giorni. Per cogliere questa opportunità unica, la direzione de I Saloni Nautici è già al lavoro con l’obiettivo

di stabilire sinergie e sviluppare connessioni, anche logistiche, tra le due città e i due eventi.”

Il significativo lavoro svolto lo scorso anno per garantire una sempre maggiore internazionalizzazione del Salone proseguirà nel 2015: sono, infatti, confermati gli investimenti per missioni di incoming di operatori e giornalisti esteri nell’ambito degli stanziamenti MISE (Ministero dello Sviluppo Economico) – ITA Italian Trade Agency (ex ICE).

Non mancheranno, anche per quest’anno, iniziative adottate nel corso dell’ultima edizione di cui hanno beneficiato visitatori ed espositori, tra cui le positive partnership con i brand d’eccellenza del Made In Italy. A partire da Eataly il marchio dedicato alla promozione dell’enogastronomia italiana di qualità, a cui nel 2014 è stata affidata l’intera attività di ristorazione all’interno del Salone di Genova.

Fonte: “10 verità sulla competitività italiana”. Studio condotto da Fondazione Symbola – Unioncamere Italia (Unione delle Camere di Commercio) – Fondazione Edison con Coldiretti.