



IL BUSINESS DELLA NAUTICA

**Gli yacht cercano venti migliori
lontano da guerra e sfiducia**
Il mercato rallenta con le prime crisi
Ma il made in Italy è ancora leader
Longhin  pag. 30-31

IMPRESE E LAVORO

LA NAUTICA

LO SCENARIO

Gli yacht cercano venti migliori lontani da guerra e sfiducia

Il mercato rallenta: segnali di allerta
dalla crisi Tisg alla frenata Ferretti
Ma l'Italia rafforza la sua leadership

Diego Longhin

Il vento per la nautica italiana non è contrario, ma dopo il boom segnato sull'onda della pandemia, il settore deve fare i conti con un rallentamento della domanda. E al Salone Nautico, che sta per aprire i battenti a Genova, si discuterà su come invertire la rotta in modo netto. La crisi si concentra soprattutto nel filone delle imbarcazioni medio piccole e del

segmento pop, con cali anche del 20-25%. Le ragioni? Costi sempre più elevati e una carenza di ormeggi: i posti barca in Italia sono spesso saturi. Le tariffe elevate, che complessivamente arrivano a pesare oltre i 10mila euro annui anche per i piccoli natanti, scoraggiano i nuovi acquirenti. Poi i dazi Usa, le tensioni geopolitiche, l'aumento di materie prime ed energia si sono abbattuti sul settore industriale, colpendo soprattutto la piccola nautica da diporto. Il lusso e le imbarcazioni medio

grandi non subiscono gli stessi effetti della crisi, ma la situazione rimane comunque complessa. E i casi di difficoltà non mancano.

Il collasso finanziario di The Italian Sea Group rappresenta un segnale di allarme per il comparto. Esplosa a causa di extra-costi fuori controllo e presunte irregolarità gestionali, è in corso una procedura per trovare acquirenti ed investitori per comprare singoli rami o l'intero perimetro. Undici offerte arrivate non vincolanti, i nomi circolati sono

quelli di Azimut Benetti, Ferretti, Palumbo, Baglietto, il fondo Blackstone attraverso la società specializzata Safe Harbor e Asia Investment Holding. Ma i giochi si faranno il 19 ottobre quando dovranno arrivare le offerte vincolanti.

E anche i grandi del settore soffrono. Il gruppo Ferretti, a luglio, ha dovuto rivedere la propria guidance e le stime sul 2026 dopo che nel primo semestre i ricavi sono scesi del 5,6% e l'utile del 13,1%. Una situazione provocata dal rallentamento degli ordini provenienti dal Medio Oriente, area geografica cruciale per la vendita di grandi yacht, condizionata dal conflitto Usa-Iran.

In questo scenario il Salone Nautico Internazionale di Genova prova a giocare la carta del rilancio. Per la prima volta la manifestazione ha cambiato date: si parte giovedì 1 ottobre e si chiude martedì 6. La rassegna non rimane così schiacciata nel calendario tra le rassegne di Cannes e Montecarlo. Una scelta strategica che concede maggiore spazio agli espositori e che sembra già aver prodotto dei primi risultati positivi. Gli oltre mille modelli annunciati, le 215 novità di prodotto, l'aumento del 4% di superficie delle barche in acqua, il record storico per i multiscafi (+28%) e la forte presenza di barche di grandi dimensioni e superyacht indicano che per Genova la direzione potrebbe essere quella giusta.

Numeri che seguono la direzione presa dal mercato. Secondo il rapporto Deloitte "The State of the Art of the Global Yachting Market 2026", dopo la forte espansione successiva alla pandemia il mercato mondiale delle nuove imbarcazioni si sta stabilizzando. Nel 2025 il valore si è attestato intorno ai 33,3 miliardi di euro, il 2,1% in meno rispetto al 2023, ma ancora una volta e mezzo sopra i livelli del 2019. A tenere sono soprattutto yacht premium e superyacht, mentre la domanda di barche piccole e medie frena. L'Italia, però, continua a fare meglio della media. La produzione dei cantieri nazionali oscilla tra i 5,4 e i 5,5 miliardi nel 2025, con una crescita intorno al 7% a fronte del calo del 3% del mercato globale. La quota italiana sul mercato è salita dal 15 al 18%, con una leadership ancora più netta nei superyacht: 56% in volume e 36% in valore. «La grande nautica cresce, la fascia media tiene, mentre la piccola nautica risente maggiormente

della "consumer confidence"», ha spiegato il presidente di Confindustria Nautica, Piero Formenti. Genova risponde a questa trasformazione con "Living Made in Italy", la nuova area dedicata alla cantieristica nazionale oltre i 24 metri, che ospiterà superyacht tra 35 e 50 metri. La nautica, del resto, vale molto più delle sole barche. Secondo Fondazione Symbola, nel 2024 la filiera ha generato oltre 13 miliardi di valore aggiunto e quasi 168 mila occupati, in aumento del 5,6%. Ogni euro prodotto dai cantieri ne attiva complessivamente 5,2 e ogni addetto del settore principale genera 7,1 posti lungo la catena. Non mancano le novità per il grande pubblico, come Blue Arena, all'interno del Palasport: uno spazio open dedicato a giovani, formazione, startup, professioni del mare, vela e primo accesso alla navigazione. Sarà promossa anche la patente DI, conseguibile dai 16 anni. «Vogliamo mostrare non soltanto ciò che questo settore produce - dice Formenti - ma anche le opportunità che può offrire».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

56%

La leadership tricolore è netta nei superyacht: 56% in volume e 36% in valore

IL PRIMATO EXPORT IMBARCAZIONI DA DIPORTO E SPORTIVE

EXPORT 2024, IN MILIONI DI EURO

Italia	4.280
Paesi Bassi	2.603
Germania	1.803
Francia	1.493
Polonia	1.053

52%

LA QUOTA DEI CANTIERI ITALIANI SUGLI ORDINATIVI GLOBALI DI YACHT DI LUSO (SOPRA 24 MT)

FONTE: SYMBOLA-CONFINDUSTRIA NAUTICA

5,5

La produzione dei cantieri nazionali oscilla tra i 5,4 e i 5,5 miliardi nel 2025

“

L'OPINIONE

Il Salone di Genova dall'1 al 6 ottobre vuole essere un momento di rilancio. Arriva la Blue Arena: uno spazio open dedicato a giovani, formazione, startup

“

L'OPINIONE

Dopo il boom post-Covid il mercato mondiale delle nuove imbarcazioni si sta stabilizzando. La piccola nautica risente della fiducia dei consumatori



① Visitatori e barche in darsena in una delle edizioni passate del Salone di Genova

MASSIMO LOVATI

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

074078-IT0161