

Il comparto navale Made in Italy campione internazionale filiera da 8,7 miliardi (e in crescita)

**Dai superyacht all'underwater, il Made in Italy
controlla oltre un quinto del mercato mondiale**

Paolo Bozzacchi

Oltre 1.700 imprese nel cuore produttivo, quasi 14 mila considerando i principali cluster della nautica da diporto e circa 170 mila posti di lavoro lungo l'intera filiera. Prima ancora dei fatturati record, sono questi i numeri che raccontano il peso industriale raggiunto dalla nautica italiana. Un sistema nel quale pochi campioni globali convivono con migliaia di piccole aziende, subfornitori e realtà artigiane specializzate in meccanica, elettronica, arredamento, materiali, refitting e servizi.

Nel 2025 l'industria nautica da diporto ha raggiunto il nuovo massimo di 8,72 miliardi di euro di fatturato, l'1,4% in più sull'anno precedente. Gli addetti diretti sono saliti a 32.420, +3%, mentre considerando tutte le attività attivate dal settore si arriva a circa 170 mila occupati. Il valore aggiunto della filiera supera i 13 miliardi di euro. La struttura produttiva è però altrettanto significativa. Secondo Fondazione **Symbola** e Confindustria Nautica, nel solo core della produzione cantieristica operavano nel 2024 1.704 imprese attive distribuite su 2.117 unità locali, il 14,1% in più rispetto al 2021. Per ogni occupato di-

retto nella cantieristica se ne attivano 7,1 nel resto della catena del valore, dalle forniture alla manutenzione, fino al charter e ai servizi. Allargando il perimetro ai principali cluster della nautica da diporto, le imprese arrivano a circa 13.800, oltre 3.700 delle quali arti-

giane. È un dato che descrive bene il modello italiano: accanto ai grandi cantieri opera una trama di PMI molto specializzate. L'artigianato rappresenta oltre un terzo delle aziende che costruiscono imbarcazioni e più della metà di quelle impegnate nella riparazione e manutenzione.

A trainare resta la cantieristica di fascia alta. Nel 2025 la produzione ha raggiunto 5,47 miliardi, mentre l'export ha toccato il record di 4,4 miliardi, con circa il 90% della produzione destinato all'estero. L'Italia controlla il 21,3% del mercato mondiale e soprattutto mantiene una posizione difficilmente replicabile nei superyacht: 568 unità in costruzione, il 52% dell'order book globale. I numeri dei principali gruppi danno la misura del fenomeno. Azimut-Benetti ha chiuso l'esercizio 2024/25 con circa 1,5 miliardi di ricavi, +15%, e 2,5 miliardi di ordini. Ferretti Group ha realizzato nel 2025 1,23 miliardi di ricavi da nuovi yacht, mentre Sanlorenzo ha superato i 960 milioni. L'alto di gamma continua a compensare le maggiori difficoltà della piccola nautica, più esposta all'incertezza della classe media e al rallentamento dei consumi.

Un altro pezzo della crescita arriva dalla componentistica: accessori ed equipaggiamenti valgono circa 2 miliardi di fatturato, con specializzazioni che spaziano dalla propulsione all'elettronica, dagli arredi ai sistemi di bordo. È proprio questo intreccio tra grandi cantieri e subfornitura a rendere difficile replicare il modello italiano. La nuova frontiera è invece sotto il mare. L'underwater economy



italiana conta almeno 189 imprese direttamente coinvolte e attività specificamente subacquee per circa 3,5 miliardi di euro. Robotica, sensoristica, cavi sottomarini, difesa e infrastrutture energetiche stanno diventando un secondo asse della blue economy nazionale. Fincantieri ne è il caso più evidente: nel primo semestre 2026 il segmento Underwater ha generato 356 milioni di ricavi, +29,9%, con un margine Ebitda del 17%.

La maggiore solidità finanziaria dei gruppi italiani si riflette anche nelle acquisizioni all'estero. Nel 2024 Sanlorenzo ha rilevato la finlandese Nautor Swan, uno dei marchi storici della vela mondiale; Fincantieri, dal-

la norvegese Vard alle più recenti operazioni nella subacquea, sta seguendo la stessa logica di consolidamento internazionale.

È in questo contesto che va letto anche il Salone Nautico di Genova appena concluso: oltre mille imbarcazioni esposte, 215 novità e 45 Paesi rappresentati. Più che una semplice vetrina commerciale, Genova ha fotografato una filiera che ormai combina lusso, manifattura, tecnologia e internazionalizzazione. La sfida non è più soltanto conservare il primato nei superyacht, ma trasformare quella leadership in un vantaggio industriale stabile anche nella componentistica avanzata e nell'economia subacquea.



Nella foto
Salone nautico di Genova