

Yacht. Venticinque brand, che rappresentano alcuni tra i più grandi costruttori italiani, danno vita a una nuova associazione

Maxi-alleanza per i big della nautica

Tacoli (Ferretti): nessun conflitto con Ucina, puntiamo a iscriverci a Confindustria

Raoul de Forcade

Venticinque brand della nautica che rappresentano alcuni tra i più grandi costruttori italiani (e quindi mondiali) di barche, hanno dato vita ieri a Milano a una nuova associazione indipendente, chiamata Nautica italiana e affiliata alla Fondazione **Altagama**, che ha l'obiettivo di riunire le eccellenze made in Italy del comparto e di associarsi, al più presto, a Confindustria.

L'associazione nasce dalla volontà di alcuni tra i big del settore, in particolare Azimut Benetti, Ferretti e Baglietto che, nel corso dell'anno, si sono staccati da Ucina (l'unione che finora ha rappresentato da sola la nautica) e, insieme ad Apremare, Arcadia Yachts, Baia, Salpa, Maltese (refit & repair), Mase Generators (accessori), si sono dedicati a realizzare una nuova compagine per imprimere un diverso impulso al comparto. Nel corso di sei mesi di lavoro agli ideatori del progetto si sono unite altre imprese, tra le quali Amico & Co (leader nel refit & repair), Perini Navi, Cantieri Sarnico e Cantieri navali del Mediterraneo. Si tratta di 13 aziende che rappresentano 25 marchi top del made in Italy. Realtà che hanno un fatturato complessi-

vo pari a 1,2 miliardi, che vale oltre il 50% del fatturato relativo alla produzione nautica italiana che è di 2,1 miliardi (da *La nautica in cifre*).

La nuova associazione, ha spiegato il presidente, Lamberto Tacoli (gruppo Ferretti), nasce «in assenza di polemiche con Ucina, al cui presidente ho scritto, ma con la volontà di intraprendere un percorso specifico per una valorizzazione trasversale di tutte le realtà

IL PESO ECONOMICO

Le imprese aderenti a Nautica italiana (affiliata alla Fondazione **Altagama**) fatturano nel complesso 1,2 miliardi, più del 50% del totale nazionale

del comparto, con un occhio particolare all'export». Un obiettivo, ha aggiunto, «è associarci a Confindustria il prima possibile. Ho scritto al presidente Giorgio Squinzi e il prossimo passo sarà trovare la strada più rapida per aderire, essendo le nostre aziende già legate al sistema confindustriale». Quanto ai rapporti col Salone di Genova (organizzato da Ucina), Tacoli ha ricordato che «da sempre vi parte-

cipano le aziende e non le associazioni. La linea guida sarà la stessa. Siamo tutti affezionati a Genova, non c'è alcun tipo di ostracismo ma la massima apertura». Resta, tuttavia, la volontà, da parte di Nautica italiana, di organizzare un grande evento che diventi un punto di riferimento per il settore. Evento che potrebbe avere una *premiere* già nel 2016 (non prima però di giugno o luglio) ma che più facilmente potrebbe essere organizzato nel 2017.

Le città in corsa per ospitarlo sono la stessa Genova, Napoli e Trieste (o Venezia). Fra gli obiettivi di Nautica italiana, poi, l'apertura ad altri iscritti (anche di settori quali accessori, servizi e design), la creazione di un sindacato d'acquisto (per acquisire, ad esempio, spazi nei saloni nautici) e la volontà, spiega Alberto Galassi, ad di Ferretti, «di fare concorrenza alle grandi associazioni nautiche inglesi e olandesi». Riguardo ai nuovi iscritti, Tacoli non ha opposto preclusioni («se vuole è il benvenuto») a un ingresso nell'associazione di Massimo Perotti (Sanlorenzo), ex presidente Ucina, sotto il cui mandato si è avviata la frattura associativa che ha portato alla nascita di Nautica italiana.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



I numeri

1,2 miliardi

Il fatturato aggregato
Il dato complessivo dei soci
fondatori della nuova associazione

13 aziende

La compagine
Il gruppo somma 13 aziende
per complessivi 25 marchi

8 mila

I dipendenti
I dipendenti sono circa il 50% dei
16.400 complessivi del settore

