Sorrisi ritrovati

Dal 10 al 15 settembre a Cannes è andato in scena il Festival de la Plaisance, **il salone nautico che apre la stagione delle fiere internazionali d'autunno.** Come ogni anno noi c'eravamo e ne abbiamo approfittato per vedere quali novità ci sono sul mercato ma soprattutto, **quali notizie arrivano dal mercato nautico nel suo complesso**

di Angelo Colombo

Dopo una prima giornata che alcuni hanno definito un po' sottotono, complice forse l'apertura di martedì, l'entusiasmo si è manifestato in quasi tutti gli operatori, italiani e non, con i quali abbiamo avuto modo di parlare. Alcuni hanno anche voluto offrirci i risultati di complesse ricerche di marketing commissionate dalle loro aziende a istituti specializzati, comparando questi risultati con quelli ottenuti e registrati sul mercato reale, dunque, non quello dei modelli matematici o delle ipotesi. Tutto fa pensare che ci sia motivo di riaccendere l'ottimismo, che deve però, sempre essere connesso con la realtà, non bisogna certo pensare che si possa di nuovo andare verso una stagione come quella che ha preceduto la crisi. Però, si riapre la stagione del mercato che si muove e cresce, magari lentamente, ma portando con sé voglia di fare e di sviluppare strategie di mercato e di prodotto che siano espressione di una sana competizione commerciale. Purtroppo da quanto tutti ci hanno fatto presente otteniamo la conferma di quello che pensavamo già, ossia, il mercato italiano è ancora abbastanza fermo seppur non più paralizzato, soprattutto per quanto riguarda le imbarcazioni più piccole. Ma l'economia, come gli effetti negativi degli ultimi cinque anni ci hanno ormai insegnato, è contagiosa anche oltre i confini e dunque, se negli USA è ripartita, l'Europa benché a macchia di leopardo i segnali di ripresa da qualche parte li trasmette, non c'è che essere ottimisti, moderatamente, con consapevolezza che il detto della nonna "non è una rondine a fare primavera" è sempre valido.

La crisi del mercato ha spinto i cantieri a costruire barche migliori, più sicure, più comode, più performanti e in grado di **consumare meno**.

Però, molti cantieri hanno venduto barche in questo 2013, anche se, quasi tutti ci hanno detto che la stagione è partita molto tardi, notizia confermata anche da alcuni importatori e rivenditori. Tra le persone con le quali ci siamo soffermati un po' di più, Patrizia Gobbi del cantiere Absolute, la quale ci ha detto: "Per noi è stata una stagione davvero molto importante quella appena trascorsa. Siamo molto soddisfatti perché stiamo raccogliendo gli sforzi fatti sin qui per sviluppare la nostra gamma e la rete vendita internazionale, perché i risultati migliori com'era ovvio attendersi, arrivano dall'estero. Abbiamo venduto quello che speravamo, ma abbiamo anche realizzato il nostro progetto di poter disporre di una gamma di prodotto diversificata e in grado di incontrare un'importante varietà di clienti. Tutto questo ha comportato molto lavoro in cantiere e fuori, ma oggi questi risultati ci stanno ripagando di tutti i nostri sforzi e ne siamo orgogliosi. Il futuro? Ritengo si possa essere ottimisti a questo punto. Credo che l'importante sia arrivare alla fine della crisi con i prodotti giusti per affrontare il mercato al meglio, beneficiando della fiducia dei clienti ma anche della rete vendita". Una dichiarazione sicuramente piena di *(segue a pag. 54)*

In alto, il Mangusta 94 di Overmarine che in Costa Azzurra vanta moltissimi armatori appassionati. Al centro, il Mercury Diesel a sei e a otto cilindri a V turbocompressi con potenze da 230 a 370 cavalli. A fianco, il Benetti 125 con trasmissioni pod Rolls-Royce.

Baglietto MV 13
Riprende il tema dei mitici Mas del secolo scorso.

Riviera's 5800 Sport Yacht
Il 18 metri australiano ha fatto il suo debutto a Cannes.

Dominator 29 Avantgarde
Disegnato da Alberto Mancini ha una linea più pulita e moderna.

Astondoa
Barca molto originale per il cantiere spagnolo con paratie di poppa che si abbattono per trasformarla in una grande spiaggia.

Sono sempre i cantieri italiani con le loro novità a rendere interessante il salone della Costa Azzurra, essendo il primo della stagione viene **spesso scelto per presentare le anteprime**.

(continua da pag. 52) entusiasmo, ma non è l'unica, perché abbiamo parlato anche con Ferruccio Villa vice presidente di Brunswick Europe, il quale ci ha confermato che da analisi di mercato si evince, o quantomeno si stima, che la ripartenza del mercato sia ormai prossima. Abbiamo chiesto anche ad altri operatori tra gli importatori, i rivenditori e i cantieri, scoprendo che per quanto sia vero che a ripartire sia principalmente il mercato estero, anche quello italiano ha dato recentemente qualche segnale positivo. Che dire, tutto questo possiamo tradurlo in sorrisi ritrovati, anche se, non dobbiamo farci illusioni perché la ripresa avrà i suoi tempi dopo una crisi così lunga e i tanti effetti che ha provocato. Quello che a nostro giudizio è un aspetto molto importante di tutta questa dura esperienza, che ha coinvolto l'economia generale e quella del nostro settore in modo particolare, è che il futuro sarà basato su principi molto più concreti, dunque, sui prodotti, la loro qualità e la fiducia che le singole aziende saranno in grado di infondere nel pubblico. Tutti ci hanno parlato di utenti diversi dal passato, più consapevoli di cosa vogliono ma soprattutto di cosa effettivamente il mercato ha da offrire. Questo significa una competizione basata su quegli elementi che la rendono sana, come, la qualità dei prodotti, la capacità di proporli con un rapporto qualità/prezzo adeguato e la fiducia che il singolo brand è in grado di conquistare grazie a una rete vendita e assistenza adeguata.

Dall'alto in senso orario: Carla Demaria di Monte Carlo Yachts, Alessandro Vismara, Ferruccio Rossi Ceo di Ferretti Group, il board di Dominator con il designer Alberto Mancini, Paolo Casani e Giovanna Vitelli di Azimut-Benetti, Ugo Pellegrino e Francesco Guida di Arcadia. In alto, la flotta Cranchi.