Salone Nautico, iniziato il countdown. Doria: “Genova, cornice perfetta”

di **Tamara Turatti**
19 Settembre 2016 – 11:39

Genova. Mancano meno di 24 ore all’inaugurazione della 56esima edizione del Salone Nautico di Genova. Ottocento espositori e 1000 le imbarcazioni su 180 mila mq di superficie, di cui 100 mila in acqua per l’edizione 2016, la prima anticipata rispetto al consueto appuntamento in ottobre.

“Genova si conferma di nuovo cornice perfetta per il Salone Nautico, la città dello shipping, dell’economia del mare e della nautica, siamo in grado di offrire molto”. Ha detto oggi il sindaco Marco Doria a margine di un incontro istituzionale.

Assenti i grandi marchi Azimut e Ferretti, ma presenti tanti cantieri stranieri e italiani, alcuni di ritorno a Genova dopo anni di assenza. Nell’aria ancora l’eco delle polemiche dei giorni scorsi, con la minaccia del ministro, la risposta del Governatore Toti e di Ucina.

“Ci sono delle fratture tra le imprese della nautica che è un po’ difficile per un territorio sanare – ha sottolineato Doria -, ci vuole un’azione forte e tanto buon senso, le istituzioni devono essere capaci di offrire delle location. Non possiamo dirimere le controversie della nautica, ma il nuovo Salone dimostra che anche questa volta ce l’abbiamo fatta”.
Il salone ha retto in situazioni difficilissime con il crollo del fatturato della nautica dai 6,5 miliardi del 2008 ai 2,4 nel 2014. Ma oggi il vento pare cambiato: i dati di mercato indicano per il 2015 un incremento del fatturato globale pari al 17,1% rispetto all’anno precedente, che raggiunge in tal modo i 2,9 miliardi di euro.

Nell’ambito del Piano Straordinario di Potenziamento dei Grandi Eventi Fieristici 2016, l’ICE, l’Agenzia per la promozione all’estero e l’internazionalizzazione delle imprese italiane, si presenta a Genova con 120 delegati, selezionati in accordo con Ucina, e provenienti da 30 Paesi: Australia, Belgio, Brasile, Cina, Croazia, Egitto, Emirati Arabi,

Finlandia, Francia, Germania, Hong Kong, Israele, Libano, Malesia, Montenegro, Norvegia, Paesi Bassi, Polonia, Portogallo, Regno Unito, Romania, Russia, Serbia, Slovenia, Spagna, Stati Uniti, Taiwan, Tunisia, Turchia, Ucraina.

Obiettivo principale è quello di accrescere le opportunità di business per le aziende italiane e, più in generale, contribuire al rafforzamento dell'immagine e del posizionamento internazionale del Salone a beneficio di tutta l'industria nautica italiana e delle relative esportazioni.

Due le azioni di promozione: da un lato una campagna di comunicazione estera su testate specializzate, finalizzata a stimolare l'affluenza degli operatori stranieri e suscitare un maggiore interesse fra i media esteri non settoriali, mentre dall'altra sono stati organizzati incontri bilaterali tra gli espositori italiani e gli operatori esteri in apposite postazioni B2B e in un'area di networking dove, per facilitare gli scambi, e a supporto delle delegazioni saranno presenti oltre allo staff della sede dell'Agenzia ICE di Roma anche alcuni Trade Analyst dell'Agenzia ICE provenienti dagli uffici esteri.