



*La Cooperazione al cuore
del Mediterraneo*



*La Coopération au coeur
de la Méditerranée*

MARITTIMO - IT FR - MARITIME
TOSCANA - LIGURIA - SARDEGNA - CORSE



NAVIGANDO VERSO NUOVI MERCATI

*“Elementi per la definizione di un modello di sviluppo industriale
della filiera nautica dell’Alto Tirreno nei mercati internazionali”*



INDICE DEL DOCUMENTO

CAPITOLO 1	4
Overview della filiera della nautica in Italia	4
LA DIMENSIONE DEL SETTORE A LIVELLO NAZIONALE	6
Le unità a motore entro bordo, entrofuoribordo e idrogetto	10
Le unità a motore fuoribordo	12
Le unità a vela	14
Le unità pneumatiche	16
Refitting, riparazione e rimessaggio	18
Il comparto degli accessori	20
Il comparto dei motori	23
La produzione italiana di superyacht	26
La produzione totale dell'industria nautica	28
ANDAMENTO DEL SETTORE A LIVELLO MONDIALE	31
Il parco nautico mondiale	31
Le strutture dedicate alla nautica	36
La produzione mondiale	38
Il segmento dei superyacht: la produzione mondiale	42
Focus sul distretto nautico dell'Alto Tirreno	47
La nautica in Toscana	47
La nautica in Liguria	49
La nautica in Sardegna	50
La nautica in Corsica	51
CAPITOLO 2	52
Paese estero obiettivo individuato tra quelli emergenti (Brasile), analisi del settore nautico e in particolare delle realtà produttive italiane già operanti con la relativa filiera	52
Motivazioni per puntare sul Brasile	52
Valutazione del mercato nautico in Brasile	53
Struttura nautica nazionale	54
Analisi delle realtà produttive italiane già operanti con la relativa filiera	61
CAPITOLO 3	64
Analisi degli strumenti finanziari esistenti (messi a disposizione da Enti ed istituzioni preposte) a supporto e disposizione delle imprese per facilitare l'insediamento nel paese estero di riferimento	64
Uno strumento in più: gli accordi internazionali in materia di investimenti e il contratto internazionale	82
CONCLUSIONI	83
REFERENZE	85

INTRODUZIONE

Nel quadro della programmazione comunitaria 2007/2013, la Cooperazione Territoriale è stata elevata al rango di Obiettivo della Politica di Coesione, inserendo le frontiere marittime fra quelle coinvolte nelle attività di cooperazione transfrontaliera e assegnando *ipso facto* un ruolo chiave all'area mediterranea, ove la coesistenza di territori insulari e continentali impone la necessità di un approccio integrato nella gestione degli strumenti finanziari.

Fra questi, il P.O. Italia-Francia Marittimo 2007/2013 comprende le regioni Toscana, Sardegna, Liguria e Corsica ed individua l'economia del mare, nelle sue varie articolazioni, come un'importante occasione di sviluppo e coesione.

In quest'ambito, il settore della nautica da diporto è emerso in modo *bottom up*, come centrale per lo spazio di cooperazione transfrontaliera oggetto del Programma, fin dal primo bando per progetti semplici del 2008.

In particolare, il progetto MISTRAL ha prodotto la realizzazione di uno studio di fattibilità mirato a definire le linee guida di un processo d'integrazione a cluster degli attori della filiera della nautica nonché promosso azioni di informazione e animazione a loro rivolti.

Parallelamente, il progetto SERENA ha lavorato alla messa in rete dei Servizi Pubblici per l'Impiego, alla definizione di un repertorio aggiornato e integrato delle professioni della filiera della nautica, all'implementazione di nuovi strumenti di *matching* domanda/offerta di lavoro specifici per il comparto.

Questi spunti sono stati poi raccolti in modo organico in occasione dell'avvio dei progetti strategici (2010), che fanno leva sui presupposti dei valori ambientali, delle vocazioni territoriali e delle eccellenze imprenditoriali presenti in modo rilevantissimo nell'area medio-alto tirrenica al centro dello spazio di cooperazione.

Ma mentre in TPE l'obiettivo è quello di sviluppare azioni di *networking* dei porti turistici, nella cornice di standard di sostenibilità ambientale, il progetto INNAUTIC (capofila, come il precedente, la Regione Liguria) è esplicitamente finalizzato alla creazione di un sistema integrato pubblico-privato per la competitività, l'innovazione e il capitale umano nel settore nautico alto mediterraneo.

Questo obiettivo generale viene perseguito attraverso lo sviluppo di quattro macroazioni (sottoprogetti):

- 1) creazione di reti di servizi alle PMI;
- 2) messa in rete di conoscenze e competenze per la nuova imprenditorialità;
- 3) forecasting tecnologico e governance territoriale;
- 4) capitale umano e marketing territoriale.

Il quarto sottoprogetto, in particolare, è stato condotto dalla Provincia della Spezia al fine di ottenere i seguenti risultati:

- sviluppare una strategia di comunicazione coordinata e condivisa del distretto alto mediterraneo;
- definire strumenti efficaci e condivisi di marketing nautico a favore delle PMI, per migliorare il loro posizionamento sul mercato globale e la loro capacità di attingere a servizi e conoscenze di origine internazionale;
- attivare azioni di cooperazione economica e di partenariato territoriale finalizzate alla promozione di una "filiera della nautica transfrontaliera" attraverso, in primis, la partecipazione ad un programma condiviso e coerente di fiere internazionali di settore;
- promuovere la filiera nautica dell'alto mediterraneo per facilitare l'apertura del sistema delle PMI transfrontaliere verso le reti europee e globali.

Il presente studio di fattibilità si colloca pienamente in tale contesto ed in particolare, quale seguito delle risultanze del percorso di "*empowerment imprenditoriale*" realizzato tra gennaio e febbraio 2013 da Unionservizi Srl, società di servizi di Confindustria La Spezia.

Fra di esse, la più importante è stata l'esigenza, manifestata dalle imprese della filiera nautica, di affiancare le iniziative di marketing fieristico con programmi innovativi di sostegno e supporto.

Che cosa evidenziano infatti le esperienze più avanzate in tal senso?

Che ad acquisire nuova clientela nelle fiere di settore, le imprese della nautica raggiungono competenze e capacità in maniera rapida e soprattutto autonoma e che è comunque opportuno canalizzare le risorse pubbliche disponibili verso obiettivi di più ampio respiro.

Che la nautica, più di altri settori merceologici, si presta a trasformare mere transazioni commerciali relative a singoli prodotti in opportunità di posizionare interi sistemi/distretti produttivi all'interno di mercati in fase espansiva.

In buona sostanza, intorno all'azienda che commercializza il prodotto trainante (pivot) è possibile aggregare una rete in grado di proporre un insieme di beni e servizi, a maggior ragione se riferibili (come, appunto, nel caso della nautica) a fattori non solo economici ma estetici, socio-culturali e comunque legati al soddisfacimento di istanze complesse.

In primo luogo, dunque, si tratta di esportare un *"brand territoriale"*, in grado di veicolare sia aziende leader che un indotto di PMI, queste ultime difficilmente capaci di individuare autonomamente vie alternative all'internazionalizzazione.

Dal punto di vista metodologico, il nostro obiettivo è quindi quello di elaborare un vero e proprio **modello di sviluppo industriale**, le cui linee guida costituiscono l'oggetto del presente lavoro, che declini gli aspetti di carattere economico, finanziario, organizzativo - gestionale di un processo di internazionalizzazione del distretto nautico alto tirrenico nei mercati dei paesi emergenti.

Per raggiungere tale obiettivo, si è deciso di inquadrare nei dettagli l'andamento del settore nautico e quello del Paese emergente preso come caso di studio e di analizzare i principali strumenti a sostegno dell'internazionalizzazione che sono a disposizione delle aziende del Distretto Nautico dell'Alto Tirreno.

CAPITOLO 1

Overview della filiera della nautica in Italia

Il contributo della nautica al PIL risulta pari a € 2.848.920.000 (dati aggiornati al 2011) ed è in aumento del 2% rispetto all'anno precedente. Nel settore lavorano circa 18.000 addetti diretti. Se poi si considera l'indotto della filiera della nautica, i valori complessivi sia economici che occupazionali aumentano a circa 20.000. La costruzione dell'imbarcazione costituisce infatti il punto di partenza di tutta una serie di attività che le ruotano intorno.

L'industria nautica italiana vede due vere e proprie grandi imprese produttrici di unità nautiche a tutto campo: il Gruppo Azimut-Benetti ed il Gruppo Ferretti.

Il resto dei cantieri italiani sono di medio-piccola dimensione, molto qualificati e dedicati ad una produzione di nicchia.

Azimut-Benetti è un'impresa accorpata con due soli marchi, ha circa 1.600 addetti e cantieri ad Avigliana (TO), Savona, Viareggio (LU), Fano (PU) e Livorno.

Benetti costruisce i grandi yacht ed Azimut barche di serie ed i grandi "open". L'impianto industriale di Avigliana si estende su un'area di 100 mila mq. ed è stato progettato appositamente per ospitare le più avanzate tecnologie ed attrezzature disponibili nella cantieristica nautica per le barche di lunghezza inferiore ai 24 metri ed i mega-open.

Il Gruppo è fortemente presente nel settore dei megayacht: più del 55% del suo fatturato deriva da imbarcazioni superiori ai 24 metri. E' il primo gruppo italiano ed il terzo al mondo per la nautica da diporto nel suo insieme.

Il Gruppo Ferretti, con un profilo opposto, offre ben 8 marchi diversi: Ferretti Yachts, Pershing, Bertram, Riva, Apremare, Mochi Craft, Custom Line e CRN. Possiede 14 cantieri, 13 in Italia ed uno a Miami; impiega più di 1.500 addetti e sta acquisendo altri marchi come Itama. Il gruppo Rappresenta circa il 60% del mercato italiano ed è quotato in borsa. Il Gruppo Ferretti tende a coprire tutte le gamme di barche ed anche la produzione di accessori. Quest'ultima suggerisce un tentativo di integrazione verticale di tutte le produzioni dedicate al diporto riunendo la filiera.

La realtà delle aziende operanti nel settore nautico è costituita per la stragrande maggioranza da piccole medie imprese (PMI) infatti circa il 74 % delle imprese della filiera ha meno di 15 dipendenti. Anche andando a considerare il fatturato, si può notare che il 67 % delle aziende che operano nel settore dichiara fatturati inferiori ai tre milioni di euro e, di queste, il 52% non raggiunge il milione e mezzo di euro.

Per verificare il grado di concentrazione delle industrie della filiera, può essere utile suddividerle in due gruppi distinti: il primo ricomprende il 20% delle imprese con il fatturato più alto, il secondo raggruppa il restante 80%. Tale suddivisione consente di evidenziare il peso delle imprese di maggiori dimensioni rispetto a quelle più piccole.

Nel comparto della costruzione di imbarcazioni da diporto, il primo gruppo (20%) risulta essere composto dalle aziende "leader" internazionali del mercato, che per dimensioni ed organizzazione presentano caratteristiche notevolmente differenti dal secondo gruppo (80%). Tale suddivisione si riscontra sia in termini di fatturato che di addetti occupati: infatti il 20 % di imprese da occupazione a circa il 66 % del totale degli occupati. Ma dove la suddivisione appare più evidente è nell'attività di esportazione delle unità da diporto: infatti il primo gruppo esporta oltre il 90 % del totale.

Identica situazione si può riscontrare nel settore accessori: il ristretto nucleo del 20% di aziende del settore è composto da imprese che occupano un elevato numero di addetti (46 % del totale), fatturano nel settore nautico circa il 70% del valore complessivo e presentano una spiccata propensione al commercio con l'estero.

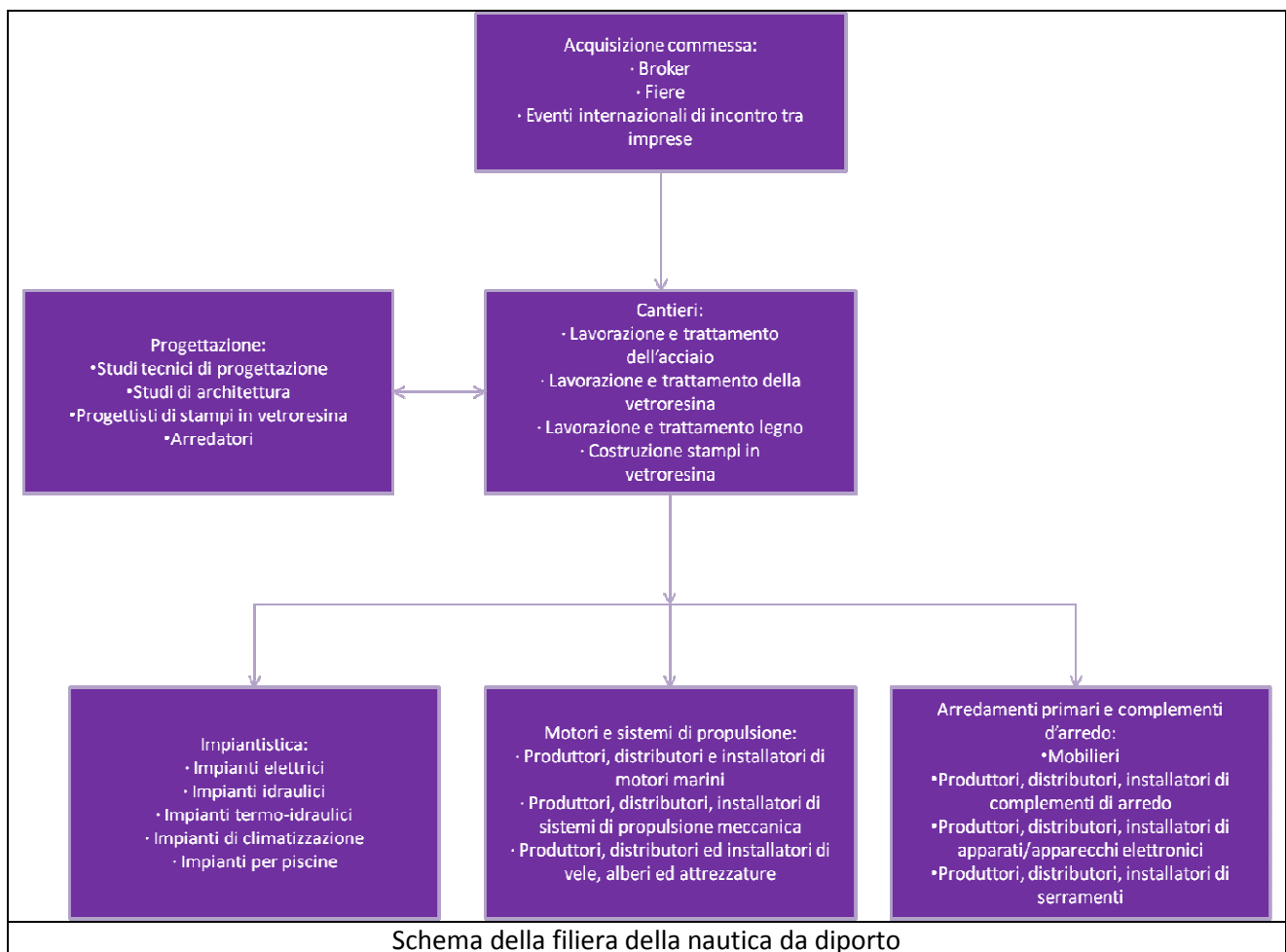
Invece, nel comparto dei motori marini, il confronto tra i due gruppi è meno significativo. Il comparto presenta caratteristiche diverse: il totale della produzione è infatti solo il 50% del totale e l'attività di importazione presenta una significativa influenza. Questa attività consente di raggiungere volumi di fatturato cospicui con un numero di addetti molto ridotto.

Si poi deve considerare che il ciclo di vita della produzione e gestione di un'imbarcazione da diporto dà impulso ad un sistema di relazioni anche di carattere intersettoriale con imprese di settori che non sono tradizionalmente considerate nell'ambito del comparto della nautica da diporto.

Lo stesso imbarcazione da diporto è un prodotto complesso che deriva dall'assemblaggio di molti altri prodotti e servizi. In più, la varietà di produzioni da diporto si evolve costantemente spinta sia dall'innovazione delle tecnologie dei materiali e dei processi produttivi, sia dall'allargamento delle fasce di utenza determinata dalla riduzione dei prezzi, facilità di utilizzazione e strategie di marketing.

Da notare è che nessuno dei cantieri italiani indipendentemente dalle dimensioni è in grado di produrre tutta l'imbarcazione da soli: tutti i cantieri assemblano sullo scafo (spesso prodotto anch'esso da terzi specializzati) parti diverse costruite fuori del cantiere ed usano servizi esterni.

Per schematizzare la filiera della nautica da diporto può essere descritta come nel seguente grafico:



In una filiera come quella della nautica caratterizzata da una vasta gamma di operatori e spesso da un tipo di organizzazione aziendale "aperta" dove è diffusa l'esternalizzazione di molte attività e la presenza di aziende fornitrici spesso non riconducibili al settore stesso (vedi imprese del mobile che offrono servizi "su misura", imprese di tappezzeria specializzate in prodotti per la nautica, quali tende e tendalini, imbottiti, ecc.), la ricomposizione della filiera stessa assume una importanza rilevante.

La filiera produttiva prevede che lo scafo venga fatto da ditte specializzate (o in vetroresina, o in legno o in ferro), la parte strutturale viene fatta in parte con operai propri e in parte da aziende esterne, l'impiantistica di ogni tipo viene fatta da aziende appaltatrici stessa cosa vale per la verniciatura anche per l'arredamento si ricorre agli appalti e ai subappalti (spesso si arriva fino a 4 livello di subappalto per lo stesso lavoro).

All'interno di un cantiere navale vengono normalmente eseguite le seguenti attività:

- la progettazione
- la gestione marketing e commerciale

- la gestione e la finanza
- in alcuni casi il controllo, attraverso il capobarca che controlla gli appalti più grossi officina

Le aziende che puntano a produrre imbarcazioni ad elevata qualità (per esempio aziende come Benetti, Perini e altri) solitamente hanno un maggior numero di addetti interni. Queste aziende hanno una filiera produttiva più corta e un maggior controllo di qualità, infatti una filiera allungata incide molto sul livello qualitativo della produzione ma d'altra parte offre flessibilità e un maggiore livello di specializzazione.

LA DIMENSIONE DEL SETTORE A LIVELLO NAZIONALE

Di seguito è riportata un overview sull'andamento del settore nella nautica nelle sue varie componenti a livello italiano.

La cantieristica italiana

Nel 2011 il fatturato della cantieristica italiana è stato pari a € 2.046.930.000, il cui 96% deriva dalla produzione nazionale ed il restante 4% dalle vendite di importazioni.

Le vendite della produzione nazionale sono per il 21% sul mercato italiano e per il restante 79% sui mercati esteri, con una prevalenza verso i paesi extraeuropei (61%).

Per quanto riguarda le importazioni, il fatturato deriva in prevalenza da imbarcazioni provenienti da paesi europei (63%), mentre le importazioni da paesi extra UE rappresentano il 37% del totale. La maggior parte delle unità da diporto importate è stata immessa sul mercato italiano, mentre solo il 15% deriva da unità successivamente esportate.

Confrontando i dati della produzione nazionale e quelli dell'importazione di unità da diporto, si denota che il 76% del fatturato è destinata al mercato estero, per un valore di € 1.559.770.000. La quota di fatturato derivante da imbarcazioni vendute sul mercato interno ammonta invece a € 487.160.000, pari al 24% del totale.

La tabella 1.1 riporta i dati dei valori di fatturato della cantieristica in euro ed dei rispettivi valori percentuali.

	Valori in €	Valori %
Produzione nazionale	1.960.680.000	96%
per il mercato nazionale (a)	413.780.000	21%
per esportazione (b)	1.546.900.000	79%
di cui verso Paesi UE	604.900.000	39%
di cui verso Paesi extra UE	942.000.000	61%
Importazioni	86.250.000	4%
provenienti dai Paesi UE	54.130.000	63%
provenienti da Paesi extra UE	32.120.000	37%
vendute in Italia (c)	73.380.000	85%
vendute all'estero (d)	12.870.000	15%
Fatturato globale	2.046.930.000	100%
destinazione finale estero (b+d)	1.559.770.000	76%
destinazione finale Italia (a+c)	487.160.000	24%

Tabella 1.1 Cantieristica italiana, anno 2011 (fonte UCINA)

La tabella 1.2, invece mostra i dati relativi ai singoli fatturati nel periodo compreso tra il 2006 e il 2011, e un confronto dei valori relativi agli ultimi due anni, in modo da evidenziarne l'andamento del settore selezionato per il 2011.

Il fatturato totale della cantieristica nel 2011 risulta essere incrementato di circa il 2% rispetto all'anno precedente.

Dall'analisi dei dati parziali, si osserva come la produzione nazionale sia cresciuta di circa il 4% a seguito dell'aumento del fatturato derivante dalle esportazioni (+22,4%) mentre le vendite sul mercato interno hanno subito una diminuzione di circa il 33% rispetto all'anno precedente. Anche il fatturato derivante da importazioni registra una perdita importante in termini percentuali (-31,5%), anche se meno rilevante in termini assoluti. Il saldo export-import è positivo ed in aumento (+28,4%) a conferma della vocazione esportatrice della cantieristica italiana.

Anno	Produzione nazionale per il mercato nazionale (a)	Produzione nazionale per export (b)	Produzione nazionale (a+b)	Importazioni (c)	Saldo Export-Import	Fatturato globale (a+b+c)
2006	1.225.620.000	1.757.960.000	2.983.580.000	467.220.000	1.290.740.000	3.450.800.000
2007	1.457.690.000	1.865.150.000	3.322.840.000	482.350.000	1.382.800.000	3.805.190.000
2008	1.508.250.000	1.855.740.000	3.363.990.000	457.980.000	1.397.760.000	3.821.970.000
2009	1.055.070.000	1.476.020.000	2.531.090.000	222.710.000	1.253.310.000	2.753.800.000
2010	616.730.000	1.263.420.000	1.880.150.000	125.890.000	1.137.530.000	2.006.040.000
2011	413.780.000	1.546.900.000	1.960.680.000	86.250.000	1.460.650.000	2.046.930.000
Var. % 11-10	-32,90%	22,40%	4,30%	-31,50%		2,00%

Tabella 1.2 Cantieristica italiana, valori in €

Dall'analisi di questi dati si evince un calo complessivo del fatturato, ed una tenuta delle esportazioni. Questi andamenti risultano particolarmente evidenti nei due grafici successivi.

La figura 1.1 illustra la composizione del fatturato della cantieristica da diporto negli ultimi sette anni. Dall'analisi del grafico emerge chiaramente come la diminuzione del fatturato riguardi soprattutto la produzione nazionale destinata al mercato interno e le importazioni. Invece, il saldo tra esportazioni ed importazioni risulta in aumento rispetto al 2010 ed rende evidente la vocazione della cantieristica italiana all'export.

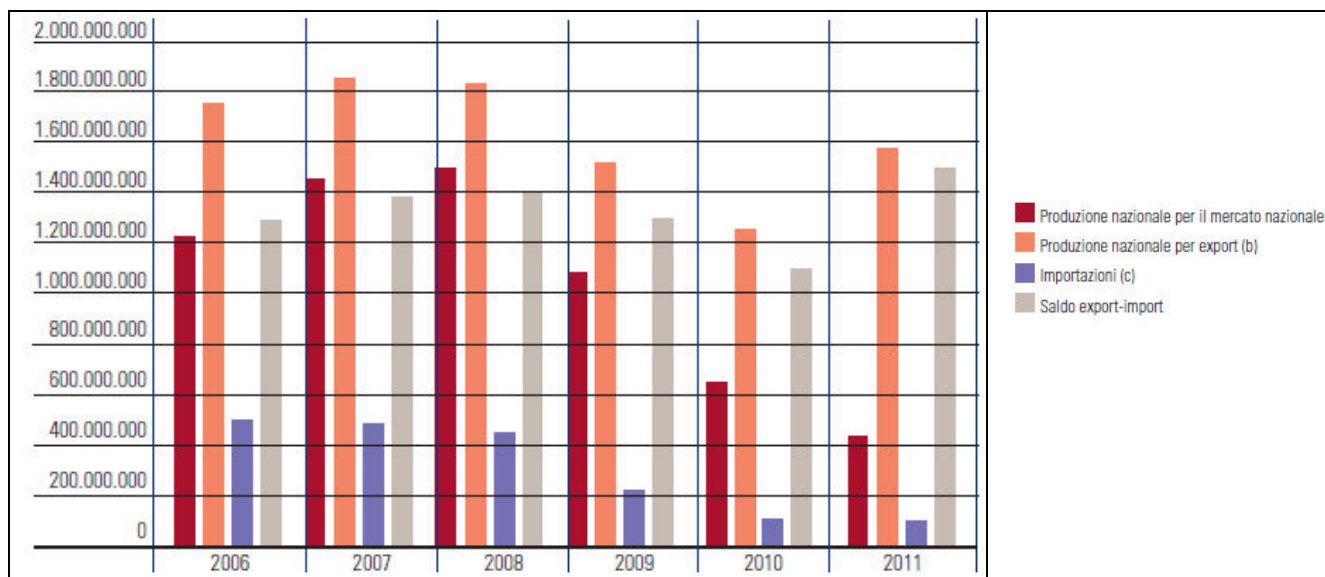
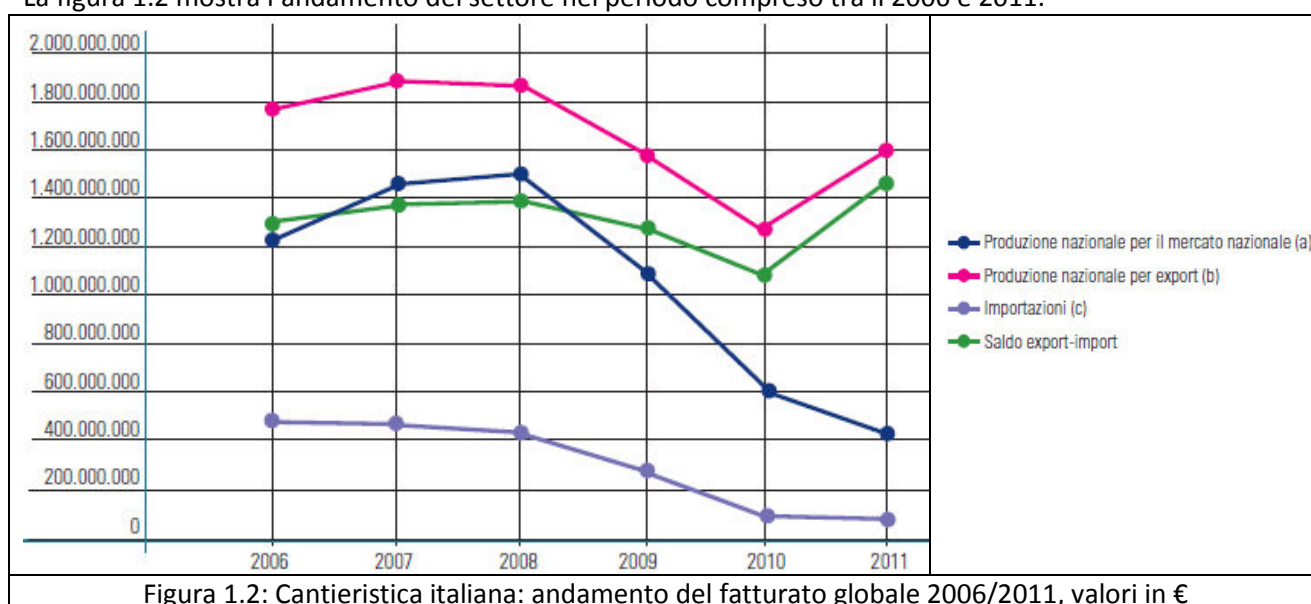
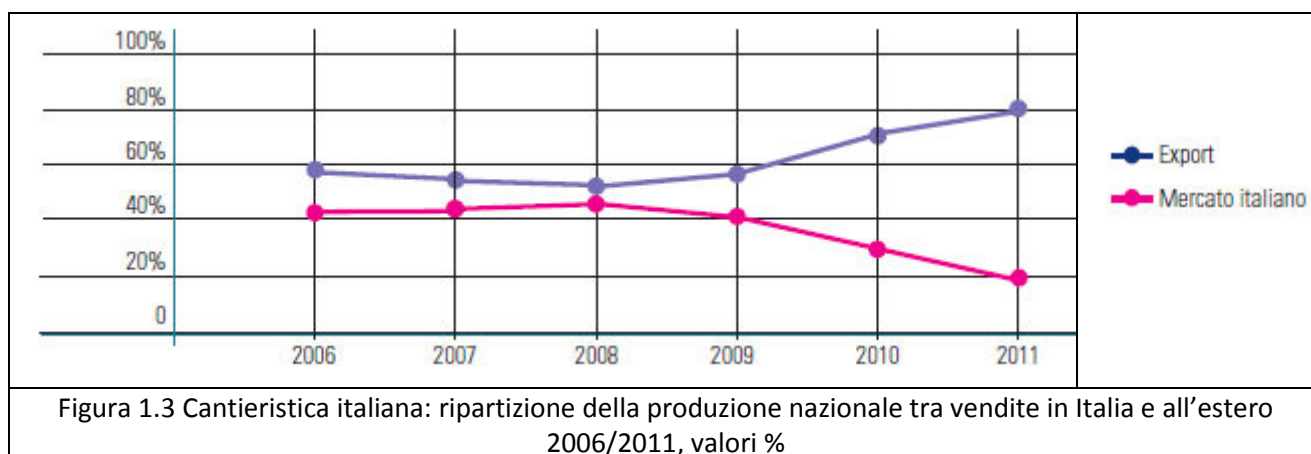


Figura 1.1: Cantieristica italiana: composizione del fatturato globale 2006/2011, valori in €

La figura 1.2 mostra l'andamento del settore nel periodo compreso tra il 2006 e 2011.



Dalla figura 1.3 si evince il ruolo sempre più rilevante delle esportazioni rispetto alle vendite sul mercato interno che caratterizza la ripartizione della produzione italiana. La figura 1.3 mostra anche il forte aumento della forbice tra queste due grandezze: i prodotti dell'industria italiana sono quindi collocati sempre più sui mercati internazionali e sempre meno sul mercato interno (79% contro 21% nel 2011).



Il settore della cantieristica rappresenta un comparto fondamentale della produzione nazionale legata all'industria della nautica da diporto. Tale settore è a sua volta suddiviso in sottosettori di specializzazione merceologica. L'analisi dettagliata di tali comparti permette di individuare quali siano le tipologie di unità da diporto maggiormente richieste dal mercato.

Le imbarcazioni prodotte sono così suddivise per le seguenti tipologie:

- unità a motore entro bordo (eb), entrofuoribordo (efb) e idrogetto;
- unità a motore fuoribordo (fb);
- unità a vela;
- unità pneumatiche;
- unità minori.

Per unità minori si intendono unità rigide non a vela con dimensioni inferiori a 2,5 m, unità pneumatiche con dimensioni inferiori a 2,5 m, unità a vela con dimensioni inferiori a 2,5 m, derive e tavole a vela, moto d'acqua PWC, canoe, kayak, pattini, pedalò, jole, mosconi. Le tabelle 1.3 e 1.4 riportano i dati dell'andamento della produzione cantieristica italiana, suddivisa nei diversi sottosettori elencati.

La tabella 1.3 illustra i fatturati globali dei sottosettori in Euro, mentre la tabella 1.4 illustra il peso dei singoli sottocomparti nel quadro economico complessivo.

Dalla tabella 1.3 si evince la netta prevalenza del fatturato derivante dalla produzione di unità da diporto con motore entro bordo, entrofuoribordo e idrogetto, che ammonta a € 1.839.630.000 per la maggior parte piazzati sui mercati internazionali. Il saldo export/import è positivo per tutte le tipologie di imbarcazioni, escluse le unità minori, le cui vendite derivano per la maggior parte da imbarcazioni importate. Il fatturato globale della produzione cantieristica nazionale risulta composto per il 90% da vendite di unità a motore entro bordo, entrofuoribordo e idrogetto; il secondo settore in termini di fatturato è quello delle unità a vela (4,1%), seguito dalle unità pneumatiche (3,7%) e dalle unità con motore fuoribordo (1,9%). Le unità minori incidono per lo 0,2% residuale.

Tipologie merceologiche	per il mercato nazionale (a)	per esportazione (b)	Produzione nazionale (a+b)	Importazioni (c)	Saldo Export-Import	Fatturato globale (a+b+c)
Unità eb, efb, idrogetto	349.860.000	1.426.120.000	1.775.980.000	63.650.000	1.360.470.000	1.839.630.000
Unità rigide con motore fb	14.150.000	16.990.000	31.140.000	8.470.000	6.520.000	39.610.000
Unità a vela	13.090.000	68.970.000	82.060.000	5.520.000	67.450.000	87.580.000
Unità pneumatiche	34.370.000	34.510.000	68.880.000	6.850.000	27.660.000	75.730.000
Unità minori	2.310.000	310.000	2.620.000	1.760.000	-1.450.000	4.380.000
Totali	413.780.000	1.546.900.000	1.960.680.000	86.250.000	1.460.650.000	2.046.930.000

Tabella 1.3 Composizione del fatturato dei sottocomparti, anno 2011, valori in €

Tipologie merceologiche	Produzione nazionale per il mercato nazionale (a)	Produzione nazionale per esportazione (b)	Produzione nazionale (a+b)	Importazioni (c)	Fatturato globale (a+b+c)
Unità eb, efb, idrogetto	84,50%	92,20%	90,60%	73,80%	90,10%
Unità rigide con motore fb	3,40%	1,10%	1,60%	9,80%	1,90%
Unità a vela	3,20%	4,50%	4,20%	6,40%	4,10%
Unità pneumatiche	8,30%	2,20%	3,50%	8,00%	3,70%
Unità minori	0,60%	0,00%	0,10%	2,00%	0,20%
Totali	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Tabella 1.4 Peso dei sottocomparti sul fatturato globale, anno 2011, valori %

La tabella 1.5 mostra l'incidenza delle diverse componenti di fatturato all'interno di ciascun sottosettore. Dall'analisi di tali dati, il primo fattore che emerge è la vocazione esportatrice dei sottosettori produttivi di unità a vela e di unità con motore entro bordo, entrofuoribordo e idrogetto, i due sottocomparti più rilevanti in termini di fatturato: in entrambi i casi, infatti, il fatturato derivante da produzione nazionale destinata all'estero supera il 50% del fatturato totale. Anche il comparto delle unità fuoribordo appare a vocazione esportatrice.

Tipologie merceologiche	Produzione nazionale per il mercato nazionale (a)	Produzione nazionale per esportazione (b)	Produzione nazionale (a+b)	Importazioni (c)	Fatturato globale (a+b+c)
Unità eb, efb, idrogetto	19,00%	77,50%	96,50%	3,50%	100,00%
Unità rigide con motore fb	35,70%	42,90%	78,60%	21,40%	100,00%
Unità a vela	15,00%	78,70%	93,70%	6,30%	100,00%
Unità pneumatiche	45,40%	45,60%	91,00%	9,00%	100,00%
Unità minori	52,70%	7,10%	59,80%	40,20%	100,00%
Totali	20,20%	75,60%	95,80%	4,20%	100,00%

Tabella 1.5 Scomposizione del fatturato globale per le diverse categorie merceologiche, anno 2011, valori %

La produzione di unità pneumatiche supera di molto le importazioni, ma si ripartisce in modo uniforme tra vendite sul mercato italiano ed esportazioni; il settore delle unità minori è invece caratterizzato da una notevole importanza dei flussi in importazione rispetto alle esportazioni e da una certa consistenza del mercato italiano.

Dalla tabella 1.6 e la figura 1.7 si denota la ripartizione delle vendite di unità da diporto per tipologia di intermediario.

La maggior parte del fatturato deriva dalle vendite dirette al cliente finale, questo andamento è in contrapposizione con quello dell'anno precedente, in cui la distribuzione avveniva in prevalenza tramite l'intermediazione di concessionari; il fatturato derivato tramite rivenditori risulta ancor più marginale.

Da precisare che le vendite effettuate all'estero (paesi UE ed extra UE) tendono ad essere effettuate per la maggioranza tramite concessionari, con l'eccezione dei superyacht, venduti in prevalenza direttamente ai clienti finali.

Lunghezza f.t.	Area geografica	N° unità vendute	Fatturato unità vendute direttamente ai clienti	Fatt. u. vendute ai rivenditori	Fatt. u. vendite tramite concessionari	Fatturato globale
Natanti L ≤ 10m	Italia	57,94%	28,08%	12,42%	59,51%	100,00%
	UE	28,65%	31,28%	12,00%	56,73%	100,00%
	extra UE	4,50%	8,36%	5,68%	85,96%	100,00%
Imbarcazioni 10 < L ≤ 24 m	Italia	3,46%	62,63%	1,95%	35,42%	100,00%
	UE	1,73%	8,45%	2,59%	88,96%	100,00%
	extra UE	2,82%	8,58%	1,69%	89,73%	100,00%
Superyacht L > 24	Mondo	0,90%	78,36%	0,00%	21,64%	100,00%
Totale	TOTALE	100,00%	53,20%	1,70%	45,10%	100,00%

Tabella 1.6 Ripartizione vendite unità da diporto per tipologia di intermediario

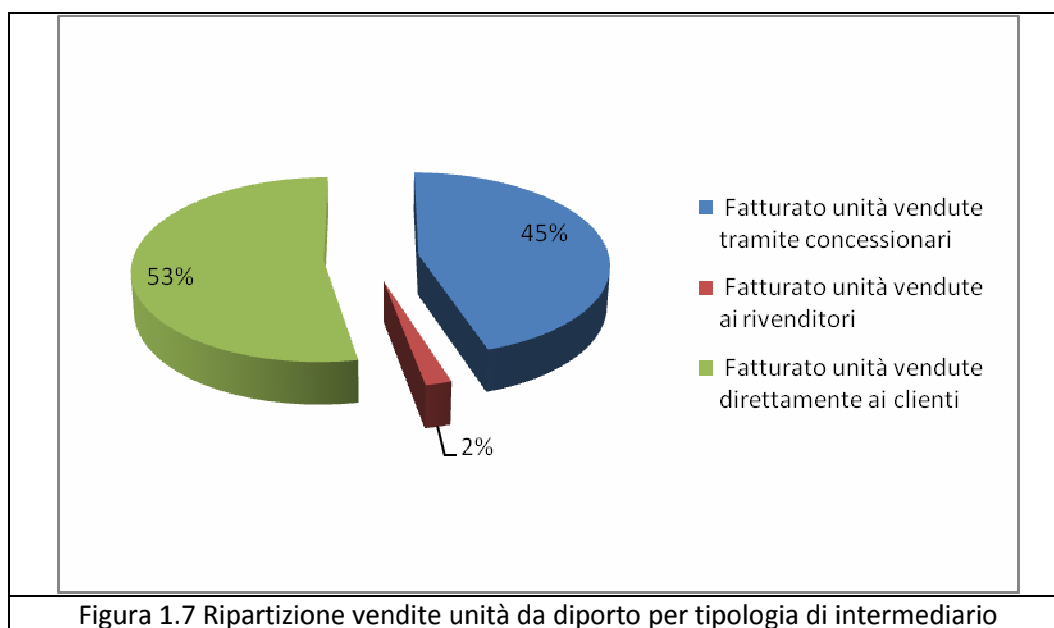


Figura 1.7 Ripartizione vendite unità da diporto per tipologia di intermediario

Le unità a motore entro bordo, entrofuoribordo e idrogetto

La tabella 1.7 riporta la composizione dei fatturati del sottosettore delle unità a motore entro bordo entrofuoribordo ed idrogetto nelle sue principali componenti: produzione per il mercato interno, produzione nazionale esportata, importazioni. Sono riportati inoltre i valori del fatturato relativi al periodo tra il 2006 e il 2011 e la variazione percentuale del valore registrato nel 2011 confrontato con l'anno precedente.

Anno	Produzione nazionale per il mercato nazionale (a)	Produzione nazionale per esportazione (b)	Produzione nazionale (a+b)	Importazioni (c)	Saldo Export-Import	Fatturato globale (a+b+c)
2006	1.004.320.000	1.562.870.000	2.567.190.000	340.920.000	1.221.950.000	2.908.110.000
2007	1.239.010.000	1.677.690.000	2.916.700.000	381.380.000	1.296.310.000	3.298.080.000
2008	1.287.390.000	1.679.730.000	2.967.120.000	385.190.000	1.294.540.000	3.352.310.000
2009	921.720.000	1.352.170.000	2.273.890.000	164.300.000	1.187.870.000	2.438.190.000
2010	526.250.000	1.120.130.000	1.646.380.000	92.380.000	1.027.750.000	1.738.760.000
2011	349.860.000	1.426.120.000	1.775.980.000	63.650.000	1.362.470.000	1.839.630.000
Var. % 11-10	-33,50%	27,30%	7,90%	-31,10%		-5,80%

Tabella 1.7 Unità entrobordo, entrofuoribordo, idrogetto, valori in €

Il fatturato legato alla produzione nazionale di queste unità è pari a € 1.775.980.000 € suddivisi in € 349.860.000 relativi alla produzione nazionale destinata al mercato interno ed € 1.426.120.000 imputabili alle esportazioni.

E' evidente come le esportazioni superino le vendite sul mercato interno, e come la forbice tra i due valori sia in crescita rispetto all'anno precedente, sia per la contrazione del mercato interno, sia per l'aumento delle esportazioni. Le importazioni invece si attestano intorno ai € 63.650.000, con una diminuzione di circa il 31%, confermando il trend negativo iniziato nel 2009. Il fatturato globale del sottosettore è pari a € 1.841.630.000 e risulta incrementato di circa il 6% rispetto al 2010 grazie all'aumento delle esportazioni di unità prodotte in Italia da cui deriva l'aumento del saldo import-export (€ 1.362.470.000, +33% circa).

Confrontando i dati del 2011 con quelli degli anni precedenti, è possibile osservare come, salvo l'eccezione delle esportazioni, il fatturato complessivo sia ancora lontano dai valori del biennio 2007/2008 con particolare riferimento alla produzione venduta sul mercato interno.

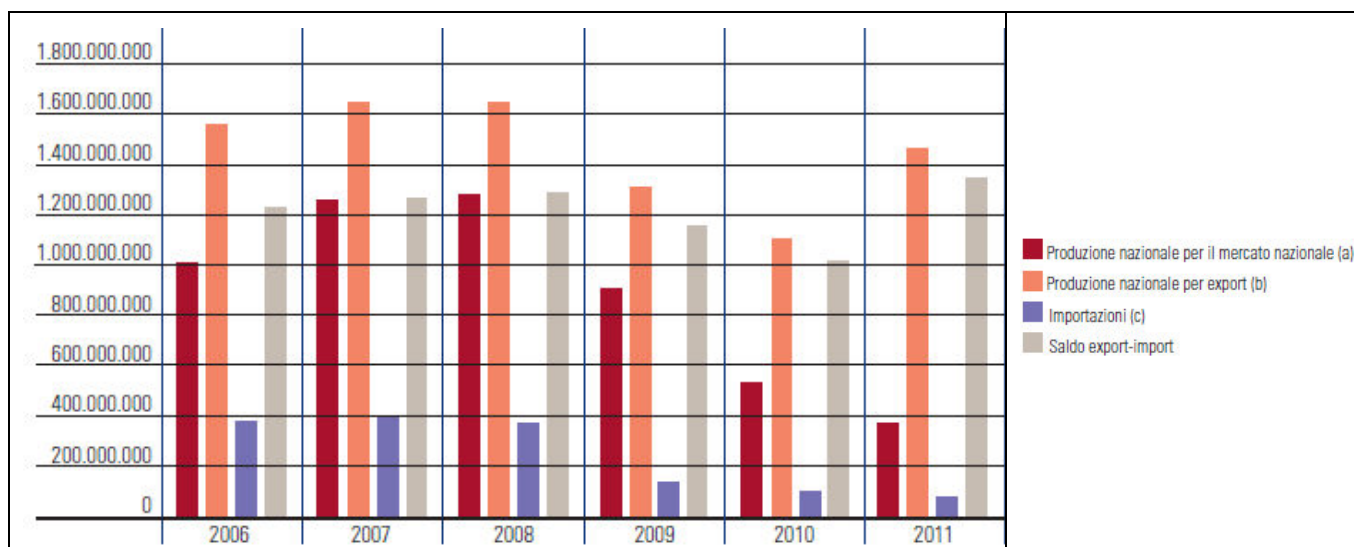


Figura 1.8 Unità entrobordo, entrofuoribordo, idrogetto: composizione del fatturato globale 2006/2011, valori in €

Dalla figura 1.8 si evince la composizione del fatturato del sottosettore in esame nelle sue principali componenti; ed emerge chiaramente la dinamica del calo delle vendite sul mercato interno e la vocazione esportatrice e il grosso divario in senso positivo tra flussi in esportazione e importazione. Anche dall'analisi della figura 1.9 emerge chiaramente la ripresa delle esportazioni.

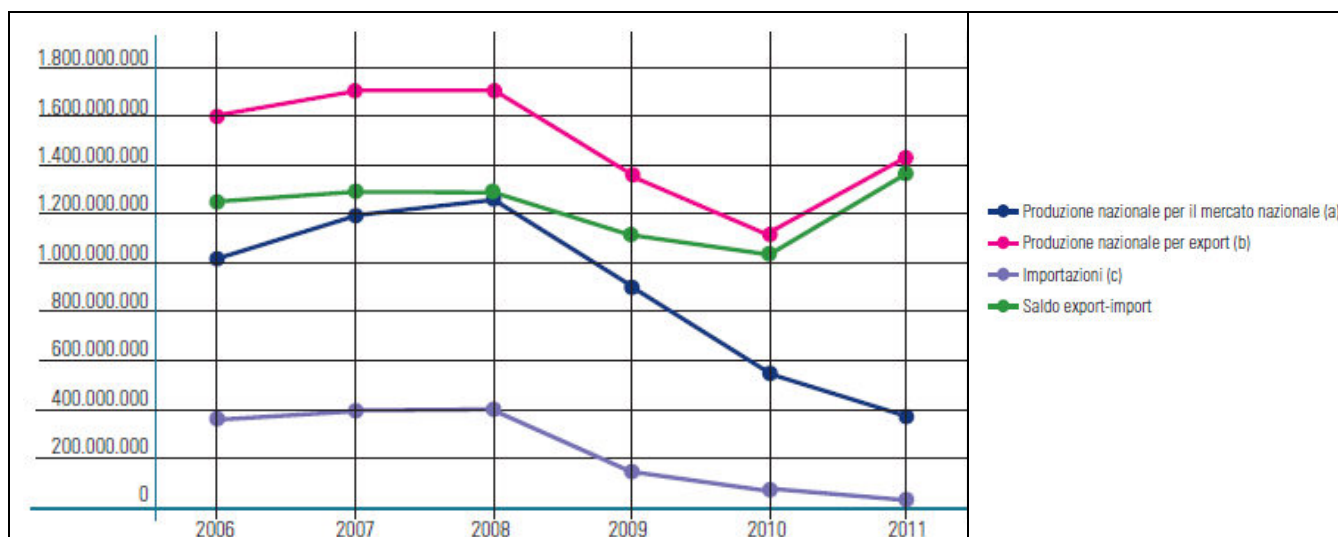


Figura 1.9 Unità entro bordo, entrofuori bordo, idrogetto: andamento del fatturato globale 2006/2011, valori in €

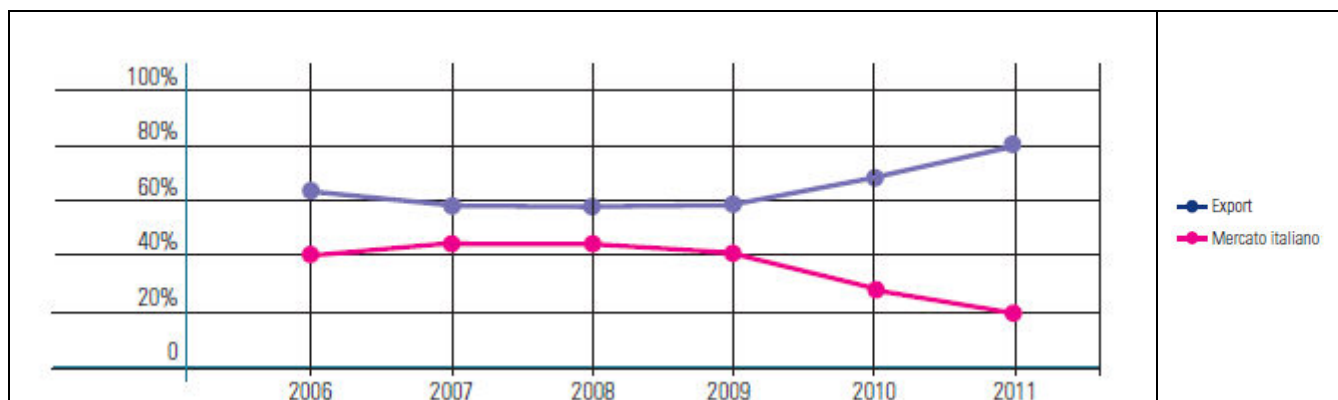


Figura 1.10 Unità entro bordo, entrofuori bordo, idrogetto: ripartizione della produzione nazionale tra vendite in Italia e all'estero 2006/2011, valori in %

La figura 1.10 riporta la ripartizione della produzione nazionale tra esportazioni e vendite sul mercato interno e il relativo andamento dal 2006 al 2011: se è vero che la maggior parte del fatturato è stata destinata ai mercati esteri sin dal 2006, è comunque chiaro come la forbice tra mercato italiano e mercati esteri sia aumentata sempre di più fino ad arrivare verso una ripartizione fortemente sbilanciata verso l'export nel 2011 (80% contro 20%). Le ragioni di tale divario derivano da un lato dalla contrazione del mercato interno, dall'altro dal calo più contenuto del fatturato relativo alle esportazioni.

Le unità a motore fuoribordo

Il segmento delle unità a motore fuoribordo mostra nel 2011 una riduzione del fatturato complessivo del 21,8%. La tabella 1.8 riporta l'andamento del fatturato del comparto relativamente alle principali componenti: produzione nazionale per il mercato nazionale, produzione nazionale esportata, importazioni: sono riportati i valori del fatturato relativi al periodo compreso tra il 2006 e il 2011, e lo scostamento percentuale dei singoli valori del 2011 rispetto all'anno precedente.

Anno	Produzione nazionale per il mercato nazionale (a)	Produzione nazionale per esportazione (b)	Produzione nazionale (a+b)	Importazioni (c)	Saldo Export-Import	Fatturato globale (a+b+c)
2006	55.290.000	42.650.000	97.940.000	23.470.000	19.180.000	121.410.000
2007	59.860.000	27.470.000	87.330.000	26.800.000	670.000	114.130.000
2008	61.230.000	25.760.000	86.990.000	20.040.000	5.720.000	107.030.000
2009	39.080.000	22.250.000	61.330.000	11.450.000	10.810.000	72.780.000
2010	24.230.000	17.680.000	41.910.000	8.740.000	8.940.000	50.650.000
2011	14.150.000	16.990.000	31.140.000	8.470.000	8.520.000	39.610.000
Var. % 11-10	-41,6%	-3,9%	-25,7%	-3,1%		-21,80%

Tabella 1.8 Unità fuoribordo, valori in €

Il fatturato della produzione nazionale di unità fuoribordo nel 2011 ammonta a € 31.140.000, di cui € 14.150.000 relativi alle unità vendute in Italia ed € 16.990.000 derivanti da imbarcazioni destinate al mercato estero. Tale fatturato ha subito una diminuzione del 25,7 % rispetto all'anno precedente; questa diminuzione è imputabile prevalentemente al calo delle vendite sul mercato interno (-41,6%). Le importazioni registrano una lieve diminuzione (-3,1%); il saldo export/import ammonta a € 8.520.000, contro gli € 8.940.000 del 2010. Il fatturato globale del comparto ha registrato una diminuzione di circa il 22% rispetto al 2010.

Rispetto agli anni precedenti il fatturato complessivo è in costante calo per tutte le tipologie di produzione e importazione.

Dall'analisi della figura 1.11 appare piuttosto evidente la pesante e inesorabile diminuzione della produzione nazionale.

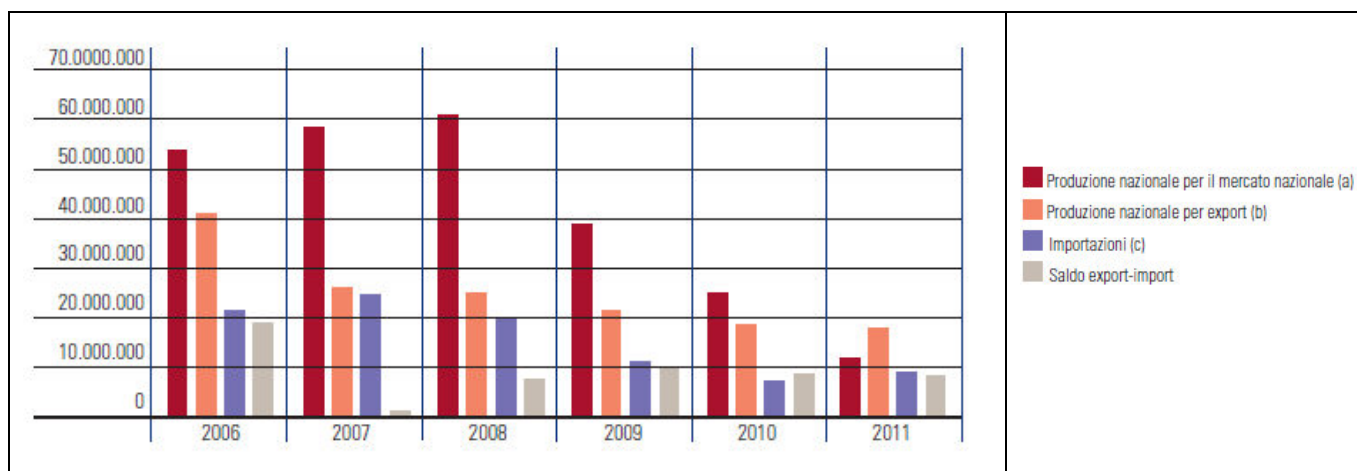


Figura 1.11 Unità fuoribordo: composizione del fatturato globale 2006/2011, valori in €

La figura 1.12, che mostra l'andamento del settore nel periodo compreso tra il 2006 e il 2010, mette in luce una visione di insieme delle dinamiche dei cambiamenti in atto, cogliendo una certa volatilità negli andamenti di questo particolare segmento dell'industria nautica ed in particolare il calo generale che ha investito tutto il comparto dal 2009 ad oggi.

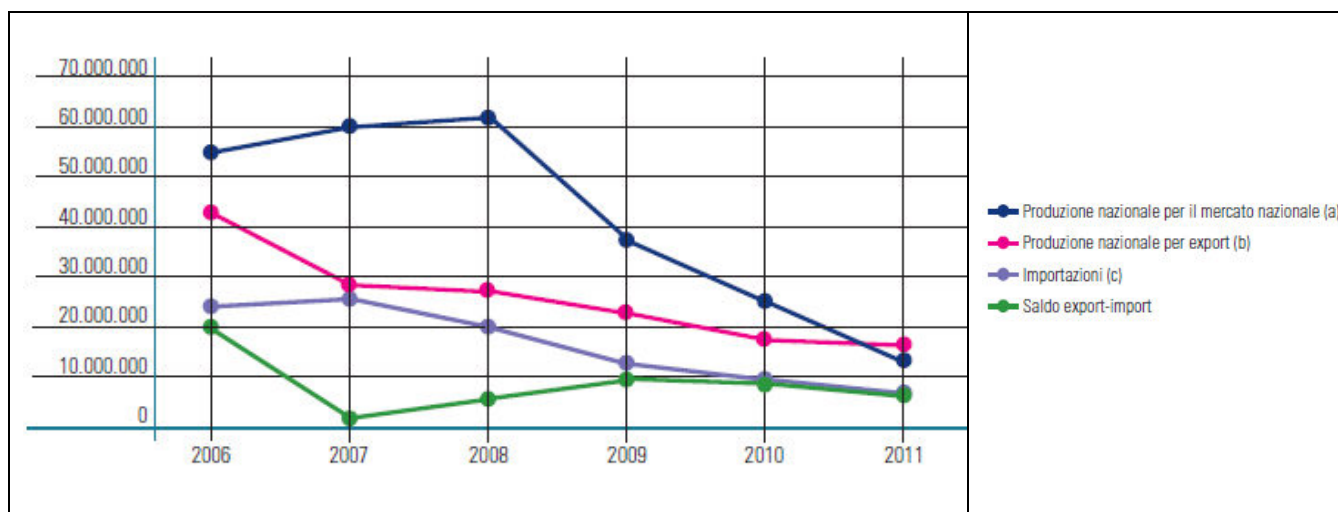


Figura 1.12 Unità fuoribordo: andamento del fatturato globale 2006/2011, valori in €

La figura 1.13 mostra come le vendite sul mercato interno si siano ridotte sempre di più dal 2008 in poi, fino a diventare minoritarie nel 2011. In questo caso la ragione principale di tale andamento va ricercata nella fortissima contrazione del mercato interno.

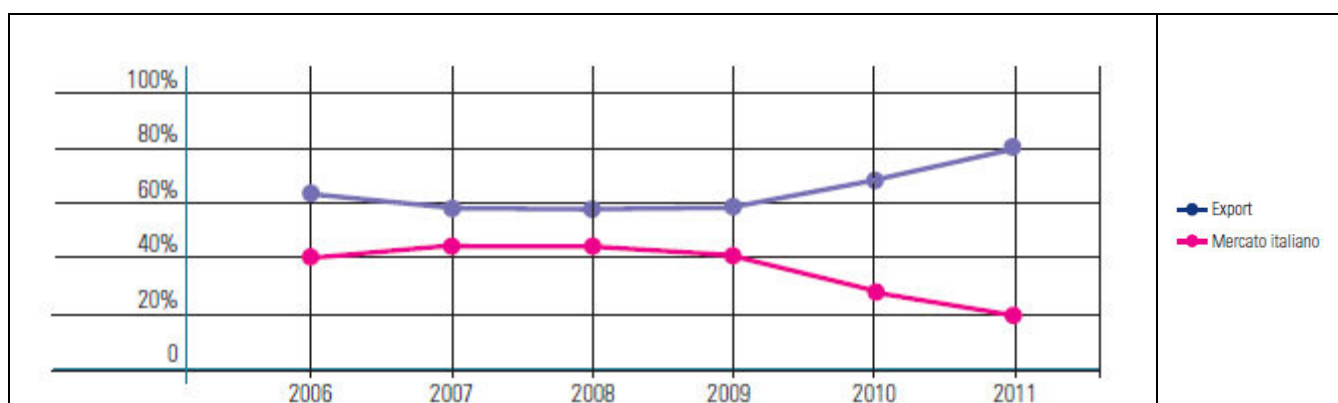


Figura 1.13 Unità fuoribordo: ripartizione della produzione nazionale tra vendite in Italia e all'estero 2006/2011, valori in %

Le unità a vela

La produzione di unità a vela costituisce, per valore economico, il secondo comparto della cantieristica da diporto in termini di produzione nazionale (€ 82.060.000) e di fatturato globale (€ 87.580.000). Il fatturato è diminuito del 27%, e questo dato riguarda sia la produzione nazionale che le importazioni.

La tabella 1.9 mostra i dati del settore per il periodo 2006-2011, ed mette in evidenza la variazione in percentuale tra gli ultimi due anni. La voce che risulta in maggiore difficoltà è quella delle importazioni, in realtà, in termini assoluti, la perdita risulta essere minore di quella che si era osservata tra il 2010 e il 2009, ma in termini percentuali il calo del 2011 rispetto al 2010 supera il 52%. Il saldo della bilancia commerciale è positivo ma in diminuzione (€ 63.450.000), in quanto le esportazioni superano le importazioni, ma scendono di più in termini assoluti.

Anno	Produzione nazionale per il mercato nazionale (a)	Produzione nazionale per esportazione (b)	Produzione nazionale (a+b)	Importazioni (c)	Saldo Export-Import	Fatturato globale (a+b+c)
2006	67.840.000	104.650.000	172.490.000	84.280.000	20.370.000	256.770.000
2007	69.300.000	107.960.000	177.260.000	61.090.000	46.870.000	238.350.000
2008	75.590.000	93.160.000	168.750.000	43.710.000	49.450.000	212.460.000
2009	38.190.000	65.060.000	103.250.000	32.090.000	32.960.000	135.340.000
2010	18.410.000	89.960.000	108.370.000	11.560.000	78.400.000	119.930.000
2011	13.090.000	68.970.000	82.060.000	5.520.000	63.450.000	87.580.000
Var. % 11-10	-28,90%	-23,30%	-24,30%	-52,20%		-27,00%

Tabella 1.9 Unità a vela, valori in €

Analizzando i dati relativi al 2011 rispetto a quelli degli anni precedenti risulta evidente il trend negativo della produzione nazionale per il mercato interno e le importazioni; le esportazioni invece hanno subito una variazione negativa meno rilevante. La crisi che caratterizza il comparto è palese, e risulta evidente anche dagli andamenti riportati nelle seguenti figure.

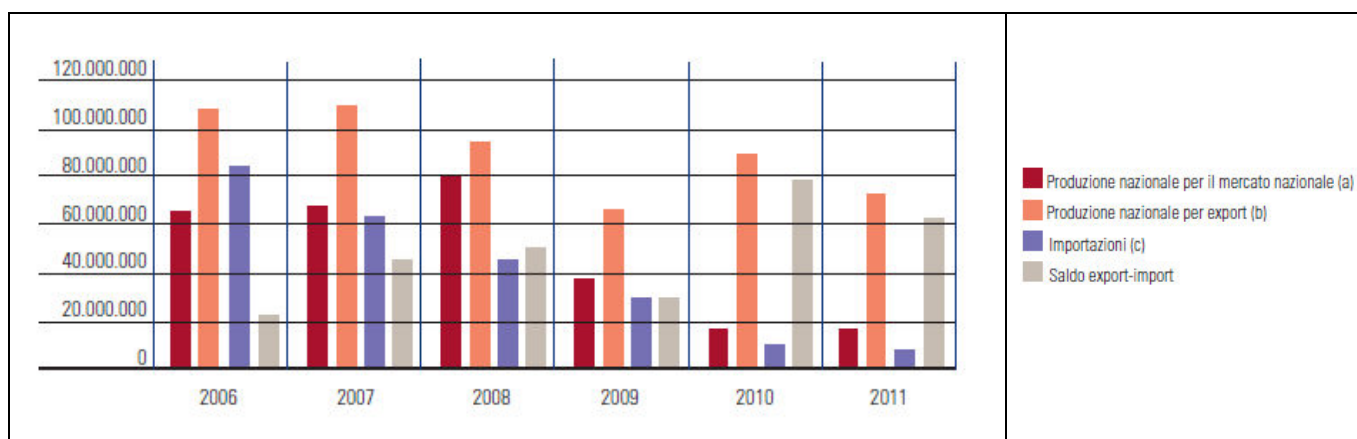


Figura 1.14 Unità a vela: composizione del fatturato globale 2006/2011, valori in €

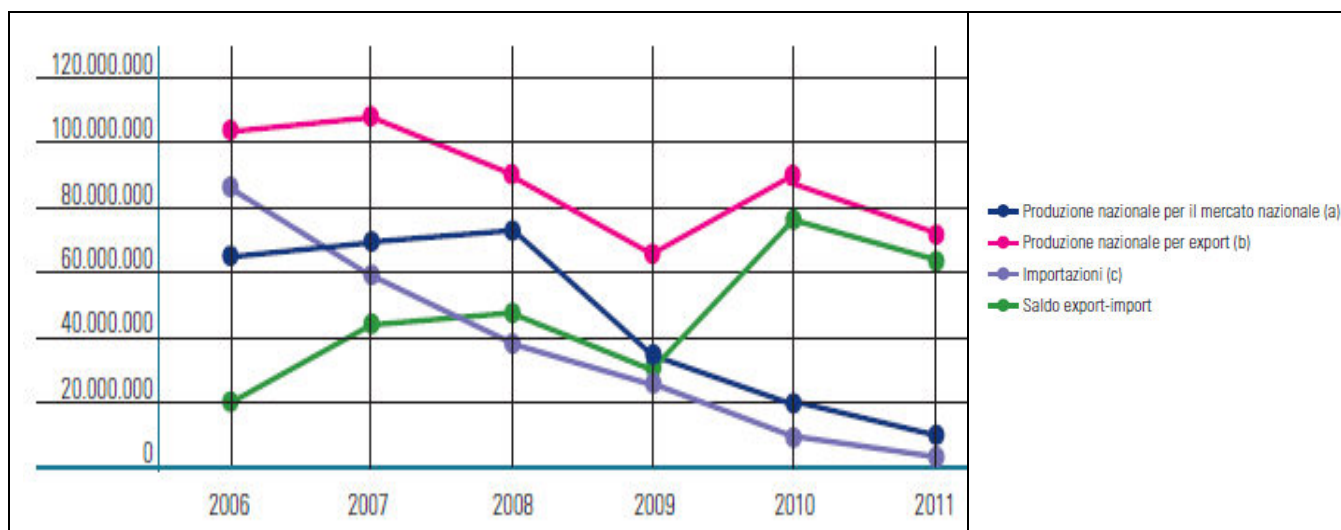
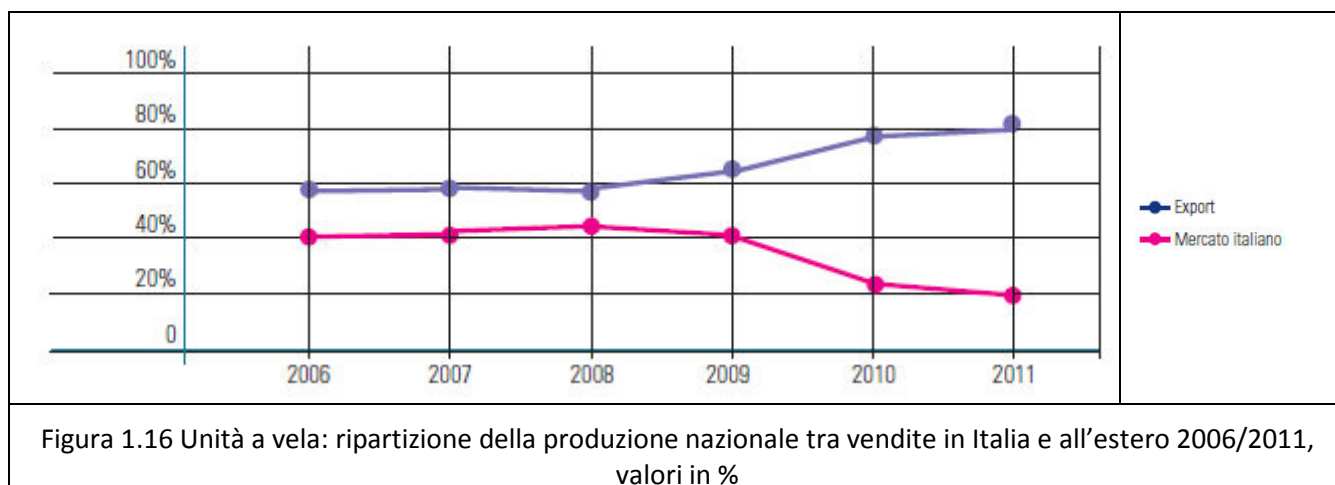


Figura 1.15 Unità a vela: andamento del fatturato globale 2006/2011, valori in €



La figura 1.14 mostra la composizione del fatturato negli anni tra il 2006 ed il 2011. Si esplicita chiaramente il trend negativo del settore, e come le esportazioni si impongano sulle importazioni, tale andamento dà origine al saldo positivo della bilancia commerciale. Dall'analisi della figura 1.15 risultano evidenti gli andamenti appena descritti, in particolare l'andamento in diminuzione dei diversi flussi commerciali. Per quanto riguarda la ripartizione della produzione di imbarcazioni a vela tra vendite in Italia ed esportazioni, la figura 1.16 mostra con chiarezza l'aumento del divario tra le due grandezze, dovuto alla forte contrazione del mercato interno e al calo dell'export (seppur minore).

Le unità pneumatiche

Il segmento delle unità pneumatiche costituisce il terzo comparto della cantieristica navale da diporto in termini di produzione nazionale e di fatturato totale realizzato. Il fatturato complessivo del 2011 ha mostrato una diminuzione del 12% rispetto al 2010.

La tabella 1.10 mostra la composizione del fatturato del comparto citato nelle sue componenti principali nel periodo compreso tra il 2006 e il 2011.

Il fatturato relativo alla produzione nazionale di unità pneumatiche mostra una diminuzione di circa il 13% rispetto al 2010; questa contrazione è causata dalla notevole diminuzione del fatturato relativo alle unità vendute sul mercato interno (circa - 25%), ma non compensato dal pur lieve aumento (circa +2%) delle esportazioni. Le vendite di unità pneumatiche derivanti dalle importazioni mettono in evidenza una crescita di circa il 3% rispetto al 2010. Il saldo tra esportazioni ed importazioni è positivo ed in lieve aumento rispetto al 2010 (€ 27.660.000).

Anno	Produzione nazionale per il mercato nazionale (a)	Produzione nazionale per esportazione (b)	Produzione nazionale (a+b)	Importazioni (c)	Saldo Export-Import	Fatturato globale (a+b+c)
2006	91.580.000	43.860.000	135.440.000	10.670.000	33.190.000	146.110.000
2007	82.720.000	47.500.000	130.220.000	7.080.000	40.420.000	137.300.000
2008	76.580.000	54.780.000	131.360.000	6.250.000	48.530.000	137.610.000
2009	53.910.000	35.010.000	88.920.000	8.030.000	26.980.000	96.950.000
2010	45.600.000	33.780.000	79.380.000	6.640.000	27.140.000	86.020.000
2011	34.370.000	34.510.000	68.880.000	6.850.000	27.660.000	75.730.000
Var. % 11-10	-24,6%	+2,2%	-13,2%	+3,2%		-12,0%

Tabella 1.10 Unità pneumatiche, valori in €

Dal confronto con i dati relativi agli anni precedenti al 2010, anche nel caso delle unità pneumatiche si osserva un notevole calo del fatturato, con una performance complessiva particolarmente negativa delle vendite sul mercato interno.

Dalla figura 1.17 mostra la diminuzione delle vendite sul mercato interno.

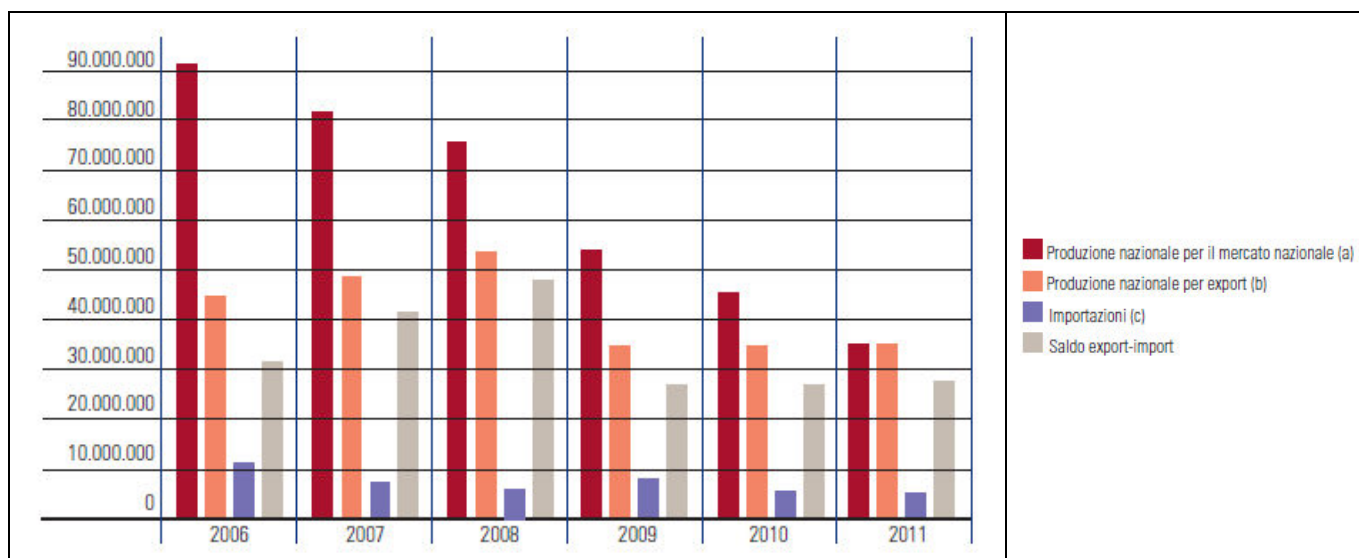


Figura 1.17 Unità pneumatiche: composizione del fatturato globale 2006/2011, valori in €

Anche dall'analisi degli andamenti riportati in figura 1.18 emerge il trend negativo che caratterizza la produzione nazionale per il mercato interno, e la tenuta delle esportazioni e delle importazioni.

La figura 1.19 mostra come nel 2011 il fatturato derivante dall'export abbia eguagliato quello derivante da vendite sul territorio nazionale.

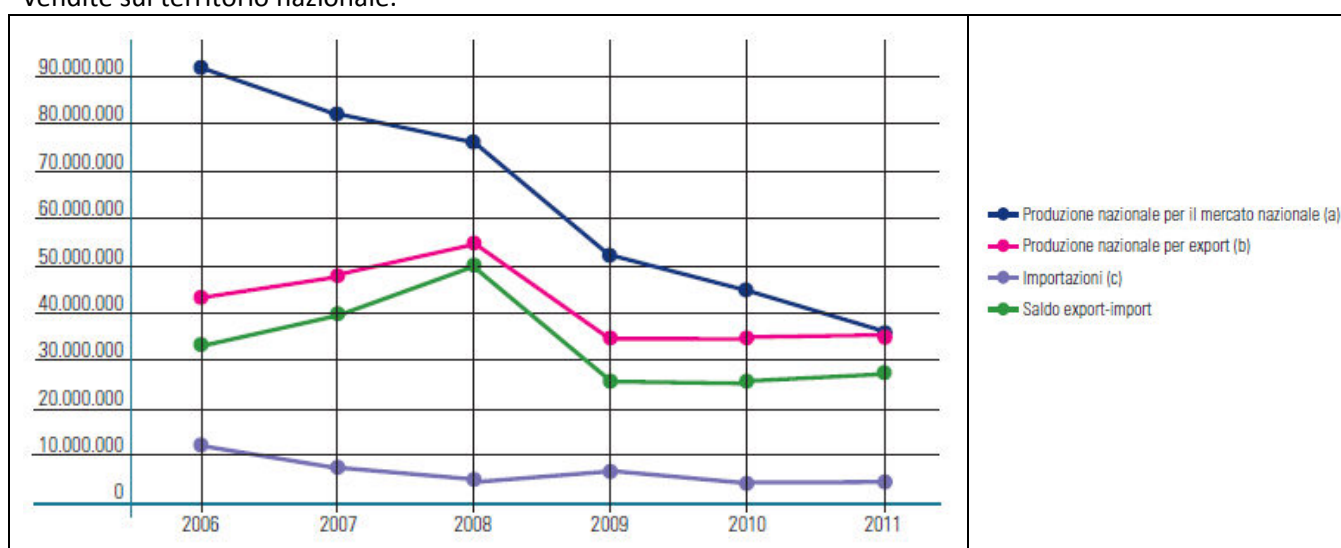


Figura 1.18 Unità pneumatiche: andamento del fatturato globale 2006/2011, valori in €

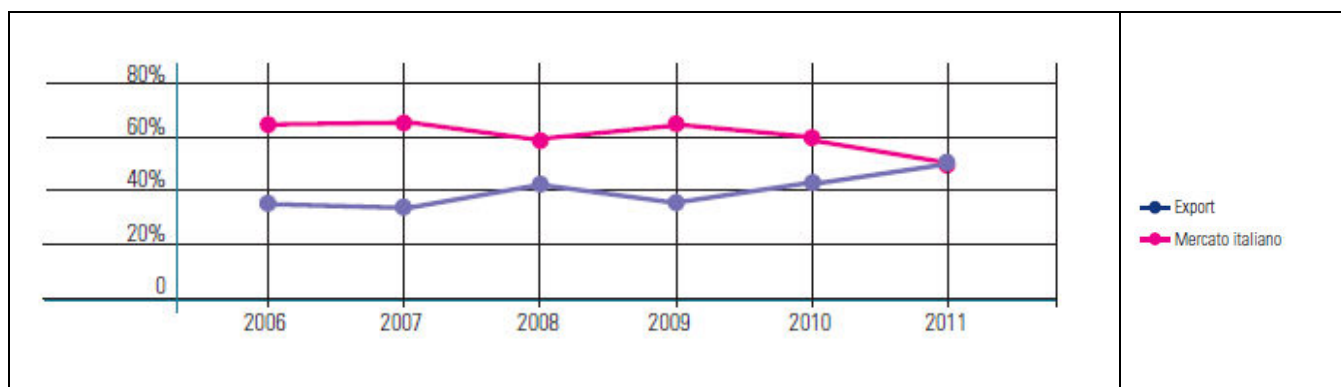


Figura 1.19 Unità Pneumatiche: ripartizione della produzione nazionale tra vendite in Italia e all'estero 2006/2011, valori in %

Refitting, riparazione e rimessaggio

Le attività di refitting, riparazione e rimessaggio consistono nella riparazione dello scafo, degli interni e di intere unità da diporto e comprendono l'ordinaria manutenzione, il refitting connesso alla ristrutturazione totale dell'imbarcazione ed il rimessaggio ed i servizi di ricovero delle unità presso strutture a terra, oltre alla necessaria movimentazione delle stesse.

Il fatturato complessivo di tale settore (riparazione e manutenzione di imbarcazioni da diporto e sportive) per l'anno 2011 è aumentato di circa il 4% rispetto al 2010, dopo anni di continuo calo; il fatturato relativo a tale settore è generato interamente da produzione nazionale essendo costituito dall'erogazione di un servizio. Queste attività sono destinate per il 72% alle imbarcazioni che battono bandiera italiana (€ 128.690.000) e per il restante 28% alle unità estere (€ 50.370.000). Questo ultimo dato può essere ulteriormente suddiviso: il fatturato relativo ai servizi erogati a imbarcazioni provenienti da Paesi UE ammonta a € 27.580.000 (55%, contro il 47% dell'anno precedente), mentre le prestazioni fornite a unità che battono bandiera di paesi extra - UE sono quantificabili in € 22.790.000 (45%) come riportato dalla tabella 1.11).

	Valori in €	Valori %
Produzione nazionale	179.060.000	100%
su unità da diporto italiane (a)	128.690.000	72%
su unità da diporto estere (b)	50.370.000	28%
di cui UE	27.580.000	55%
di cui extra UE	22.790.000	45%
Fatturato globale	179.060.000	100%

Tabella 1.11 Refitting, riparazione e rimessaggio, anno 2011

Il fatturato complessivo del settore, che deriva principalmente dall'erogazione di servizi su imbarcazioni italiane, segna, come già mostrato, una crescita di circa il 4% rispetto al 2010.

Il fatturato che deriva dall'erogazione di servizi su imbarcazioni italiane, cresce lievemente di circa l'1%, mentre i derivati relativi ad interventi effettuati su barche estere mostrano un aumento più deciso, pari a circa all'11%, continuando un trend di crescita iniziato nel 2009.

Dal confronto dei dati relativi al 2011 con quelli del 2009, si evince invece un calo del settore di oltre il 25%, dovuto alla diminuzione del fatturato derivate da imbarcazioni nazionali (-42%), non compensato dalla crescita del fatturato su imbarcazioni estere quasi triplicato ma tuttavia non in grado di compensare tale diminuzione.

Anno	Produzione nazionale su unità italiane (a)	Produzione nazionale su unità estere (b)	Produzione nazionale (a+b)	Fatturato globale (a+b+c)
2006	419.230.000	47.930.000	467.160.000	467.160.000
2007	385.060.000	19.250.000	404.310.000	404.310.000
2008	366.440.000	18.380.000	384.820.000	384.820.000
2009	223.670.000	17.310.000	240.980.000	240.980.000
2010	127.090.000	45.390.000	172.480.000	172.480.000
2011	128.690.000	50.370.000	179.060.000	179.060.000
Variazioni % 11-10	1,30%	11,00%	3,80%	3,80%

Tabella 1.12 Refitting, riparazione e rimessaggio, valori in €

Dall'analisi delle figure 1.19 e 1.20 si osserva il lieve aumento che caratterizza tale segmento dell'industria nautica per quel che concerne il 2011; ma appare evidente che i segnali di ripresa siano molto deboli, a causa anche dell'andamento particolarmente negativo dei due anni precedenti.

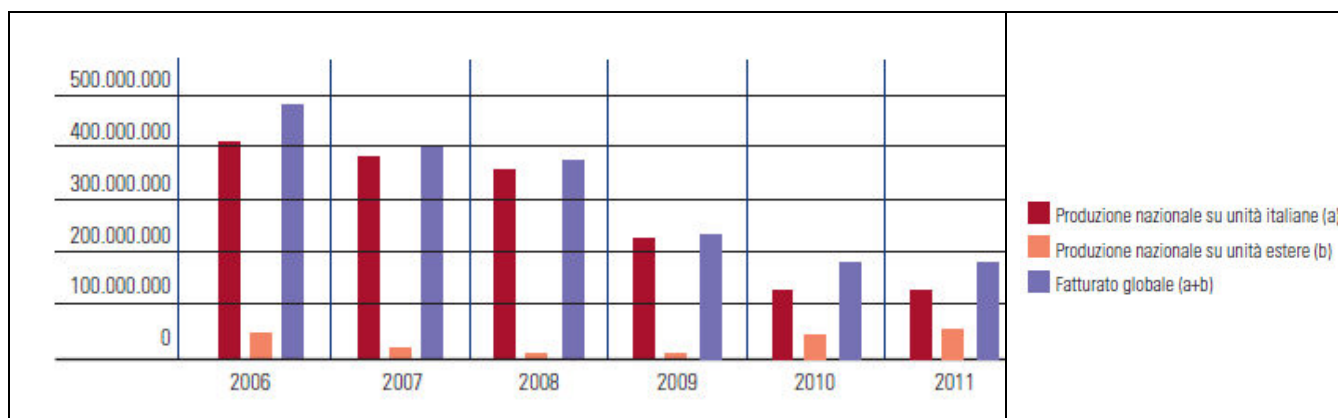


Figura 1.19 Refitting, riparazione e rimessaggio: composizione del fatturato globale 2006/2011, valori in €

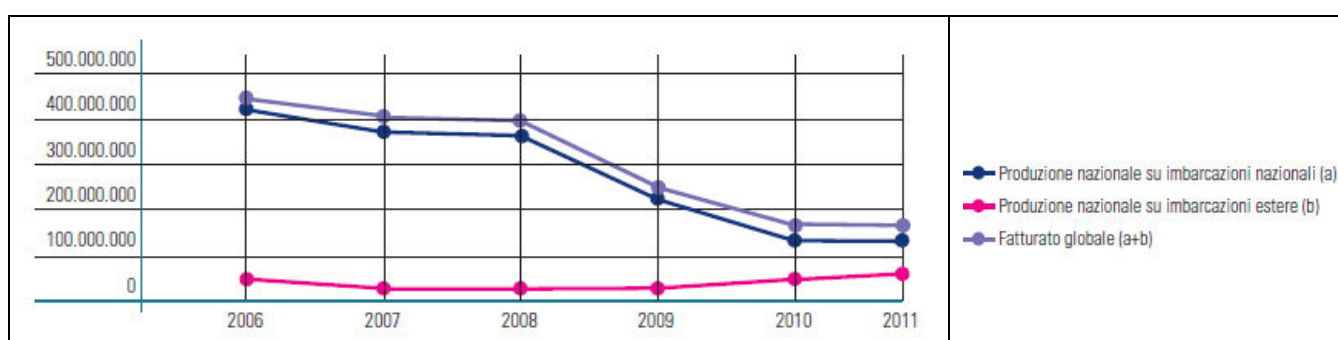


Figura 1.20 Refitting, riparazione e rimessaggio: composizione del fatturato globale 2006/2011, valori in €

Per avere un'idea più chiara e dettagliata delle tipologie e delle dimensioni delle imbarcazioni trattate, in tabella 1.13 si riportano il numero di unità, il fatturato totale e la ripartizione del fatturato fra bandiera italiana ed estera (da considerare che i dati riportati sono relativi ad un campione relativo al 34% del fatturato complessivo).

Appare piuttosto palese come, per quanto concerne il numero di barche che usufruiscono dei servizi si riferisca per lo più imbarcazioni di piccola dimensione e unità a motore di media dimensione (528 natanti al di sotto dei 10 metri di lunghezza, 449 unità a motore tra 10 e 24 metri). Seguono i superyacht (295 unità) e le imbarcazioni a vela (248 unità).

In termini numerici di fatturato sono invece i superyacht (unità di lunghezza maggiore di 24 metri) a far registrare i dati più consistenti, contribuendo per oltre l'80% al fatturato complessivo del campione (€ 49.350.000). Da questo punto di vista, le imbarcazioni a motore di lunghezza compresa tra 10 e 24 metri rappresentano circa il 14% del fatturato del campione (€ 8.510.000), mentre i natanti ricoprono un ruolo più marginale.

Un'ultima distinzione importante riguarda la bandiera delle imbarcazioni su cui sono stati effettuati i diversi servizi; dall'esame della tabella riportata sotto si evidenzia come non sia possibile individuare un andamento che accomuni le diverse tipologie e dimensioni di imbarcazioni. Infatti, gli interventi su imbarcazioni (a motore e a vela) tra 10 e 24 metri si ripartiscono per il 75% su banche battenti bandiera italiana, mentre gli interventi su superyacht riguardano per l'83% imbarcazioni che battono bandiera estera.

Tipologie di unità	Numero di unità	Fatturato totale	Fatturato su unità di bandiera italiana	Fatturato su unità di bandiera UE	Fatturato su unità di bandiera extra UE
Natanti (L ≤ 10m)	528	3.130.000	2.420.000	590.000	120.000
Unità a motore (10 < L ≤ 24 m)	449	6.730.000	5.060.000	1.100.000	580.000
Unità a vela (10 < L ≤ 24 m)	248	1.780.000	1.280.000	430.000	70.000
Superyacht (L > 24 m)	295	49.350.000	8.410.000	22.150.000	18.790.000
TOTALE	1.520	60.990.000	17.170.000	24.270.000	19.560.000

Tabella 1.13 Refitting, riparazione e rimessaggio: composizione per tipologia di unità, anno 2011, valori in €

Il comparto degli accessori

Il comparto degli accessori nautici, che è rappresentato principalmente da piccole medie imprese, ha un ruolo decisivo nell'ambito dell'industria nautica italiana essendo caratterizzato da un alto livello qualitativo e tecnologico.

Innanzitutto occorre partire dal concetto stesso di accessorio nautico la cui definizione stessa risulta complessa, infatti il problema risiede nella difficile identificazione di quali accessori possano essere ritenuti essenzialmente nautici e quali, pur non esclusivamente legati al mondo della nautica, possano comunque essere inclusi in questa categoria merceologica per effettuare un corretto computo dei volumi di produzione o di fatturato. Per una migliore analisi dei dati del comparto si è pensato di suddividerlo in due macro settori: quello dei componenti, rappresentato dagli elementi che sono parte integrante dell'imbarcazione e senza i quali la navigazione non sarebbe possibile, e quello degli accessori, non essenziali alla navigazione, ma comunque che costituiscono l'allestimento dell'unità stessa. L'analisi è stata fatta considerando un campione che rappresenta circa il 90% del valore globale del settore, in maniera cautelativa, considerando il fatto che il range di aziende coinvolte nella produzione di accessori utilizzati in campo nautico è molto ampio, anche se, in molti casi, non rappresenta il loro core business.

E' stata effettuata un'attenta analisi del fatturato che è scomposto nelle diverse tipologie merceologiche di accessori e componenti. Il fatturato complessivo dell'intero settore degli accessori è stimato essere intorno a € 906.650.000, di cui € 664.820.000 derivanti da produzione nazionale e € 241.830.000 da importazioni. La tabella 1.14 illustra i valori del settore in termini assoluti e percentuali.

	Valori in €	Valori %
Produzione nazionale	664.820.000	73%
sul mercato nazionale (a)	379.920.000	57%
per esportazione (b)	284.900.000	43%
di cui verso Paesi UE	181.620.000	64%
di cui verso Paesi extra UE	103.280.000	36%
Importazioni	241.830.000	27%
provenienti dai Paesi UE	138.310.000	57%
provenienti da Paesi extra UE	103.520.000	43%
vendute in Italia (c)	200.820.000	83%
vendute all'estero (d)	41.010.000	17%
Fatturato globale	906.650.000	100%
destinazione finale all'estero (b+d)	325.910.000	36%
destinazione finale Italia (a+c)	580.740.000	64%

Tabella 1.14 Comparto degli accessori, anno 2011

Il fatturato della produzione nazionale nel 2011 è suddiviso in € 379.920.000 relativi a vendite realizzate sul territorio nazionale e in € 284.900.000 per prodotti distribuiti sui mercati internazionali; di questi, € 181.620.000 sono relativi al mercato interno all'Unione Europea e € 103.280.000 a quello dei Paesi extra UE (che corrispondono, rispettivamente, al 64% e al 36% delle esportazioni complessive).

Analizzando i dati relativi alle importazioni per area di origine, si evidenzia come la maggior parte delle importazioni provenga dai Paesi UE (€ 138.310.000); i flussi in arrivo dai Paesi extra UE ammontano invece a € 103.520.000. Le importazioni a loro volta sono poi ricollocate prevalentemente sul mercato italiano (83%), con un fatturato di € 200.820.000, e per il restante 17% sui mercati internazionali, con un fatturato pari a € 41.010.000. Infine, dall'analisi congiunta dei dati relativi alla produzione nazionale e alle importazioni, è possibile calcolare le fette di fatturato che derivano da parte dalle vendite realizzate sul territorio nazionale ed internazionale pertanto emerge come il mercato nazionale pesi per il 64%, con un ricavo per le imprese italiane pari a € 580.740.000, mentre i prodotti venduti all'estero portino un fatturato di € 325.910.000.

La tabella 1.15 mostra il fatturato del settore suddiviso nelle sue componenti principali: produzione nazionale per il mercato nazionale, produzione nazionale esportata, importazioni. Sono riportati i valori dei fatturati relativi agli anni 2006-2011, e variazione percentuale dei valori tra il 2010 e il 2011.

Il fatturato del settore degli accessori e componenti nautici ammonta a € 906.650.000 e conferma l'importanza di questo settore nell'ambito dell'industria nautica, risultando in ripresa rispetto al 2010 (segnando infatti un +2,8%). Il valore della produzione nazionale, pari a € 664.820.000, mostra una crescita dell'8,6% rispetto al 2010, imputabile all'aumento del fatturato relativo alle esportazioni (+9%) che compensa la diminuzione di fatturato derivate dalla produzione venduta sul mercato interno (-4,4%). Il fatturato imputabile alla vendita di prodotti di importazione ammonta a € 241.830.000, in crescita di circa il 9% rispetto al 2010. Il saldo della bilancia commerciale è positivo ed in aumento rispetto agli esercizi precedenti, in quanto le esportazioni crescono leggermente rispetto alle importazioni.

Confrontando i dati degli anni precedenti, si nota come il comparto faccia registrare complessivamente una crescita rispetto al 2010, mentre risulti ancora inferiore ai dati degli anni precedenti. Questo calo è relativo principalmente al mercato interno.

Anno	Produzione nazionale per il mercato nazionale (a)	Produzione nazionale per esportazione (b)	Produzione nazionale (a+b)	Importazioni (c)	Saldo Export-Import	Fatturato globale (a+b+c)
2006	662.630.000	368.650.000	1.031.280.000	349.730.000	18.920.000	1.381.010.000
2007	755.500.000	364.720.000	1.120.220.000	349.910.000	14.810.000	1.470.130.000
2008	706.280.000	386.000.000	1.092.280.000	366.220.000	19.780.000	1.458.500.000
2009	418.910.000	270.330.000	689.240.000	246.640.000	23.690.000	935.880.000
2010	397.370.000	261.490.000	658.860.000	222.740.000	38.750.000	881.600.000
2011	379.920.000	284.900.000	664.820.000	241.830.000	43.070.000	906.650.000
Variazione % 11-10	-4,4%	+9,0%	+0,90%	+8,6%		+2,8%

Tabella 1.15 Comparto degli accessori, valori in €

Dalla figura 1.21 si osserva come la produzione nazionale per il mercato interno generi la parte principale del fatturato, e come sia anche quella avente un trend maggiormente negativo; si osserva inoltre come la differenza tra il valore delle esportazioni e quello delle importazioni determini un saldo positivo, anche se lieve, della bilancia commerciale.

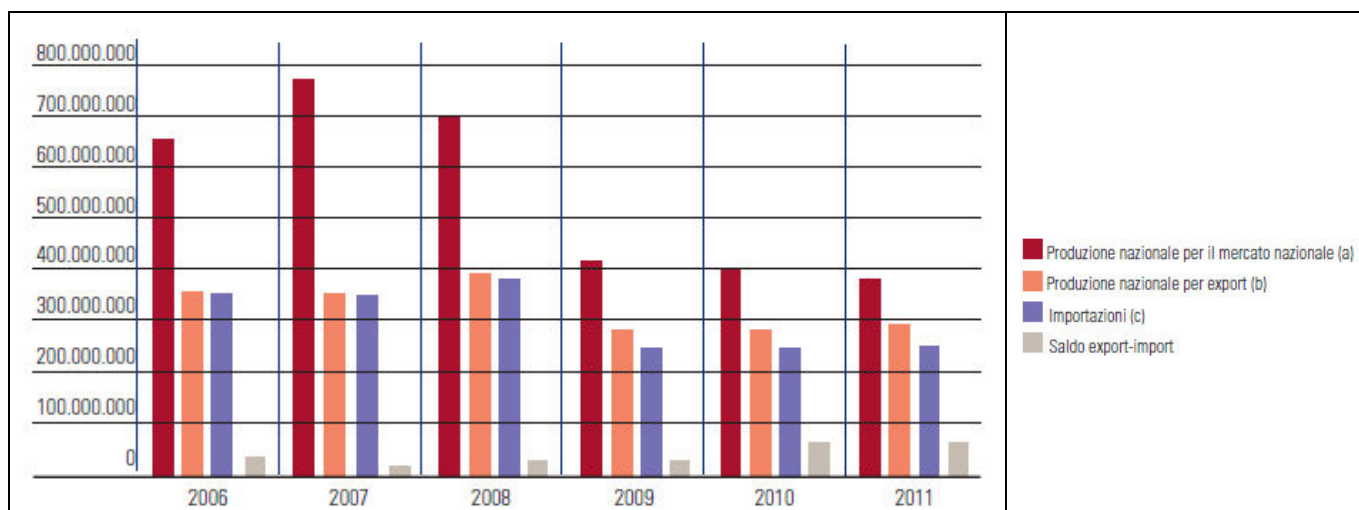


Figura 1.21 Comparto degli accessori: composizione del fatturato globale 2006/2011, valori in €

La figura 1.22 mostra le dinamiche che hanno caratterizzato il settore dal 2006 al 2011. In particolare, si nota la debole ma costante crescita della bilancia commerciale, che è passata da un saldo negativo nel 2005 ad un saldo positivo tra i flussi in uscita ed in entrata, e il calo rilevante delle vendite di prodotti italiani sul mercato interno.

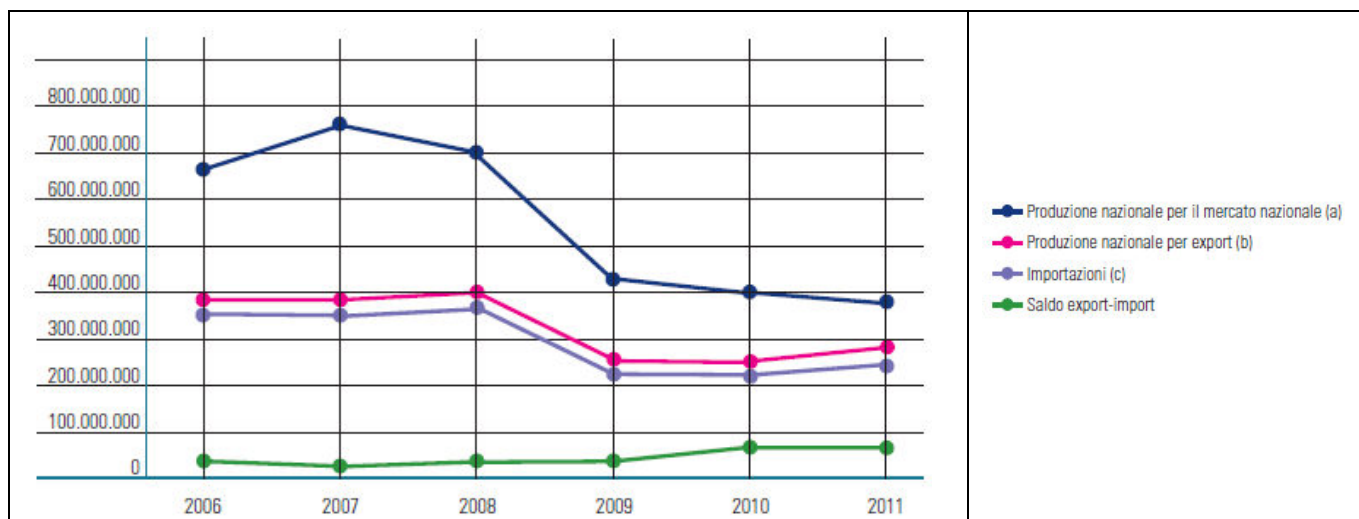
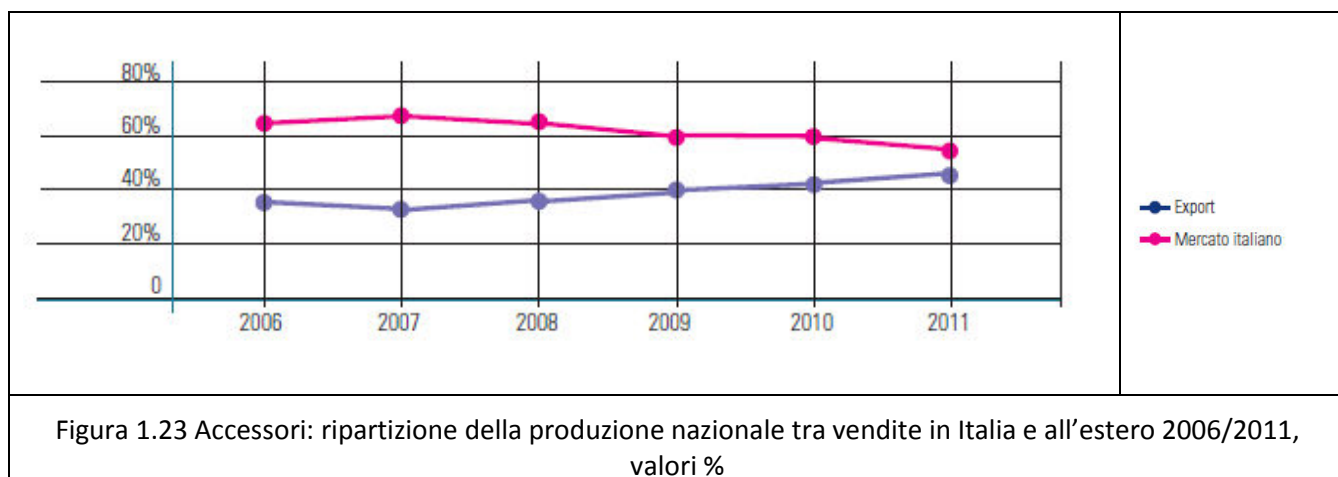
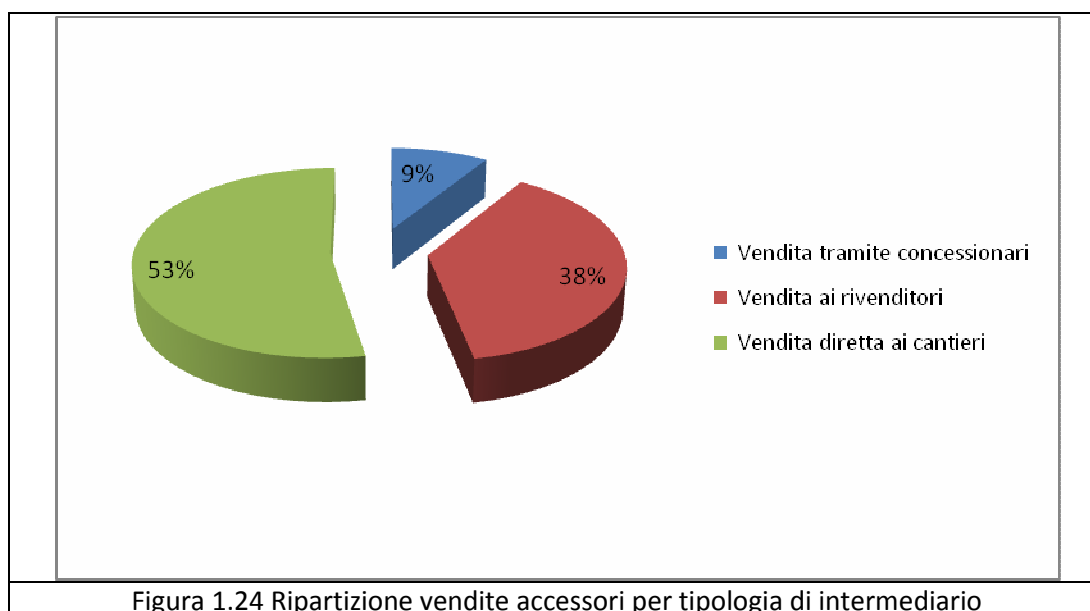


Figura 1.22 Comparto degli accessori: andamento del fatturato globale 2006/2011, valori in €

La figura 1.23 mostra l'andamento che caratterizza molti comparti dell'industria nautica, dovuto alla contrazione delle vendite sul mercato interno in favore delle esportazioni. Anche per quanto riguarda la produzione nazionale di accessori, si osserva come le vendite interne, anche se restano percentualmente più rilevanti delle esportazioni, stiano perdendo importanza rispetto a queste ultime. Nel 2011 il valore dell'export che si rileva è imputabile per il 43% alle vendite estere contro il 57% delle vendite in Italia.



Dall'analisi della tipologia di intermediario attraverso cui vengono effettuate le vendite di accessori (prodotti o importati) tra cantieri, rivenditori e concessionari (figura 1.24) si osserva come il 53% del fatturato derivi da vendite dirette ai cantieri, il 38% da vendite tramite rivenditori, e solo un restante 9% distribuito tramite concessionari.



Il comparto dei motori

Il fatturato complessivo per il 2011 relativo al comparto dei motori risulta essere pari a € 291.130.000, e deriva per il 18% da produzione nazionale e per l'80% da importazioni come mostrato in tabella 1.16. Questa ripartizione si discosta da quella degli altri comparti dell'industria nautica, dove i volumi realizzati in Italia e i ricavi da essi derivanti superano generalmente quelli relativi ai prodotti provenienti dall'estero. Per quanto riguarda la provenienza delle importazioni, i Paesi UE pesano per il 71% sul fatturato complessivo che deriva da vendite di motori importati, contro il 29% dei Paesi extracomunitari. I prodotti importati sono poi ricollocati prevalentemente nel mercato italiano (96%), generando un fatturato pari a € 228.130.000.

Il fatturato che deriva dalla produzione nazionale si suddivide per il 32% in vendite realizzate sul mercato interno e per il 68% per quelle sui mercati internazionali; la maggior parte delle esportazioni italiane di motori marini (70%) è diretta ai Paesi UE.

Un'ulteriore considerazione può essere fatta relativamente alla ripartizione del fatturato del comparto in studio secondo il mercato di destinazione, infatti nel complesso i guadagni realizzati da vendite su mercati esteri sono pari al 16% (€ 46.260.000) mentre quelli derivanti dai prodotti venduti sul territorio italiano risultano pari all'84% (€ 244.860.000).

	Valori in €	Valori %
Produzione nazionale	52.790.000	18%
sul mercato nazionale (a)	16.730.000	32%
per esportazione (b)	36.060.000	68%
di cui verso Paesi UE	25.080.000	70%
di cui verso Paesi extra UE	10.980.000	30%
Importazioni	238.340.000	82%
provenienti dai Paesi UE	169.570.000	71%
provenienti da Paesi extra UE	68.770.000	29%
vendute in Italia (c)	228.130.000	96%
vendute all'estero (d)	10.200.000	4%
Fatturato globale	291.130.000	100%
destinazione finale all'estero (b+d)	46.260.000	16%
destinazione finale Italia (a+c)	244.860.000	84%

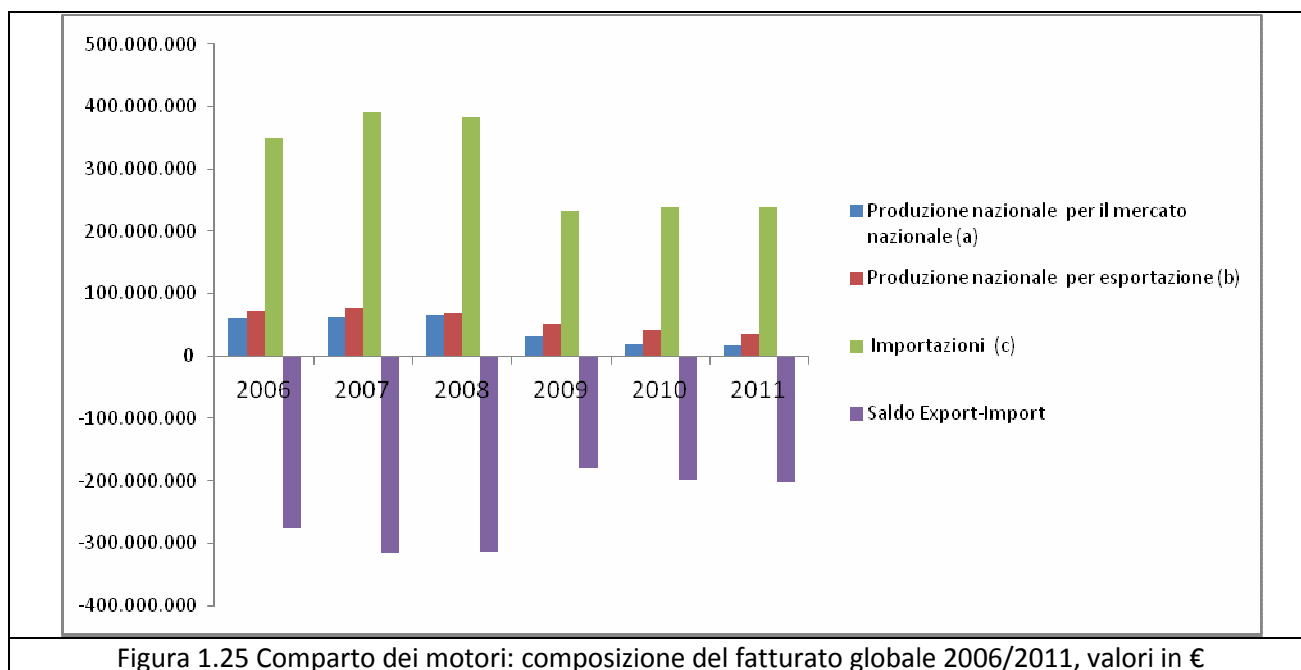
Tabella 1.16 Comparto dei motori, anno 2011

La tabella 1.17 mostra come il comparto dei motori segni una diminuzione di circa il 3%; il trend negativo affligge sia la produzione nazionale venduta sul mercato interno (diminuzione del 14,6%) che la produzione nazionale destinata all'esportazione, che si attesta su valori inferiori all'11% rispetto al 2010. Il dato sulle importazioni risulta stabile. La bilancia commerciale presenta una diminuzione e il saldo resta fortemente negativo. Tuttavia la maggior parte dei motori importati viene successivamente installata su imbarcazioni di produzione nazionale destinate sia al mercato interno sia a quello estero, riequilibrando in tal modo la bilancia dei pagamenti dell'industria nautica nel suo complesso.

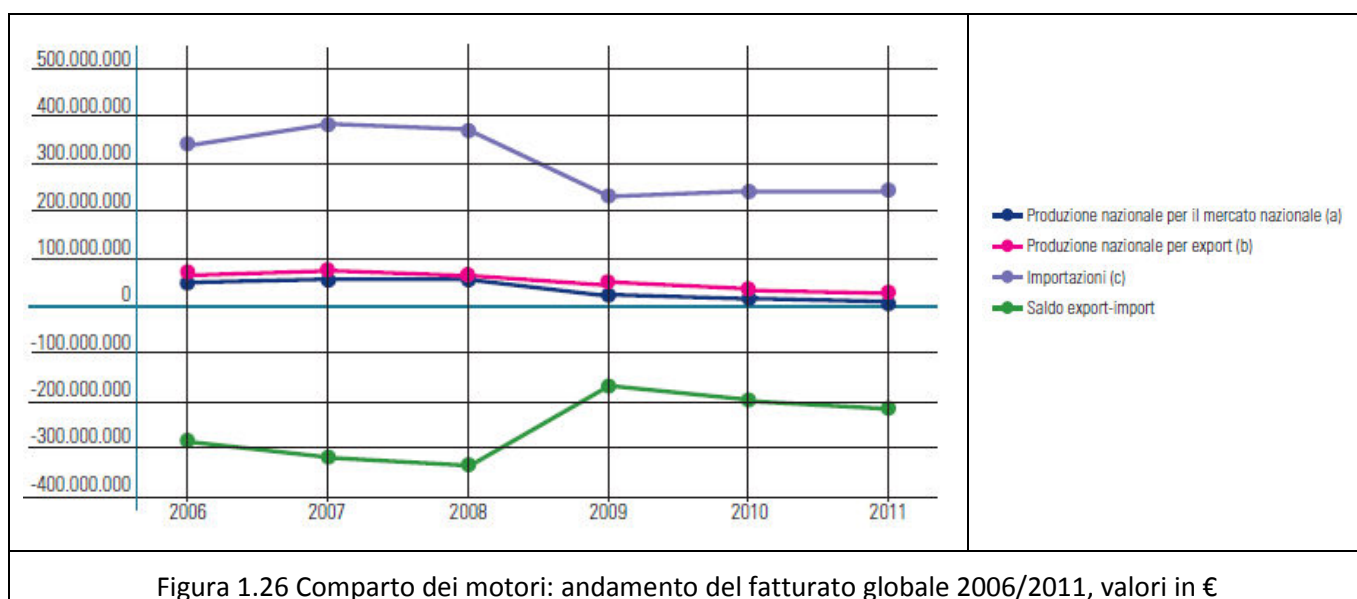
Anno	Produzione nazionale per il mercato nazionale (a)	Produzione nazionale per esportazione (b)	Produzione nazionale (a+b)	Importazioni (c)	Saldo Export-Import	Fatturato globale (a+b+c)
2006	59.000.000	72.370.000	131.370.000	349.740.000	-277.370.000	481.110.000
2007	63.050.000	75.520.000	138.570.000	390.590.000	-315.070.000	529.160.000
2008	66.830.000	67.450.000	134.280.000	381.640.000	-314.190.000	515.920.000
2009	31.740.000	52.140.000	83.880.000	233.000.000	-180.860.000	316.880.000
2010	19.580.000	40.510.000	60.090.000	238.680.000	-198.170.000	298.770.000
2011	16.730.000	36.050.000	52.780.000	238.330.000	-202.280.000	291.110.000
Var. % 11-10	-14,6%	-11,0%	-12,2%	-0,1%		-2,6%

Tabella 1.17 Comparto dei motori: composizione del fatturato globale 2006/2011, valori in €

La figura 1.25 mostra i dati riportati in tabella 1.16. Dalla grafico risulta chiaramente il differenziale negativo tra esportazioni ed importazioni, ed il considerevole valore di queste ultime rispetto alle altre componenti. La figura 1.25 mette in risalto il trend delle diverse voci nell'arco di tempo ricompreso tra il 2006 e il 2011. Dall'analisi del grafico si osserva anche questa volta come il peso rilevante sia imputabile alle importazioni che, sia pur segnando un calo sensibile rispetto alla produzione nazionale e all'export, continuano a rimanere i valori principali del fatturato del settore.



La figura 1.26 mostra il trend delle voci considerate nell'arco di tempo compreso tra il 2006 e il 2011. Dall'analisi della figura si osserva anche in questo caso il peso rilevante imputabile alle importazioni.



Osservando la ripartizione della produzione nazionale in export e mercato nazionale si osserva come la forbice tra le due componenti tenda ad aumentare, arrivando l'export a rappresentare il 68% della produzione nazionale (Figura 1.27).

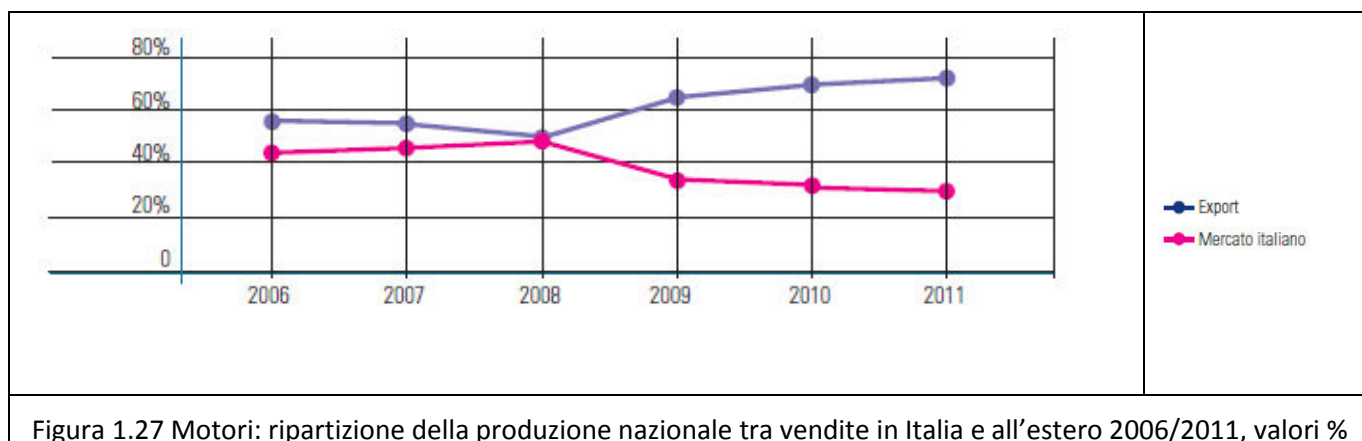


Figura 1.27 Motori: ripartizione della produzione nazionale tra vendite in Italia e all'estero 2006/2011, valori %

Dall'analisi della figura 1.28 si osserva come, attraverso un campione di aziende rappresentanti il 56% del fatturato del settore, il 57 % della produzione venga venduta tramite concessionari, il 26% direttamente ai cantieri e il 17% ai rivenditori.

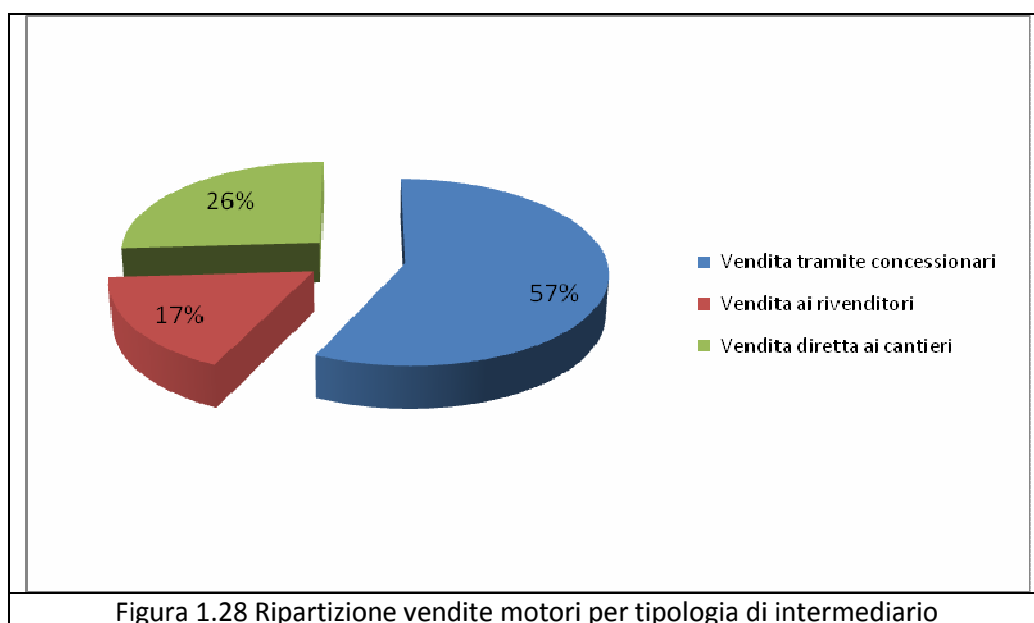


Figura 1.28 Ripartizione vendite motori per tipologia di intermediario

La produzione italiana di superyacht

Al fine di analizzare l'andamento del settore relativo ai produttori di imbarcazioni con lunghezze superiori ai 24 metri, vengono riportate i dati relativi ad un campione rappresentativo di produttori di superyacht. Dalla tabella 1.18 si può osservare come il campione considerato presenti un fatturato di € 793.446.017, evidenziando una ripresa rispetto al 2010 (+14,4%). Questa crescita riguarda sia la produzione nazionale per il mercato nazionale, che passa da € 112.897.226 a € 126.955.000 (+12,5%), sia la produzione esportata, che da 580.461.288 milioni di euro si attesta sui 666.491.017 con un aumento del 14,8%.

Anno	Produzione naz. per il mercato naz.(a)	Produzione naz. per esportaz. (b)	Produzione nazionale (a+b)
2008	253.225.356	624.414.805	877.640.161
2009	111.444.774	564.582.355	676.027.129
2010	112.897.226	580.461.288	693.358.514
2011	126.955.000	666.491.017	793.446.017
Var % 11-10	12,50%	14,80%	14,40%

Tabella 1.18 Produzione nazionale di superyacht, campioni 2008/2011, valori in €

La figura 1.29 evidenzia la composizione del campione nel corso degli ultimi quattro anni. Si nota immediatamente l'incidenza preponderante delle esportazioni rispetto alle vendite sul mercato nazionale.

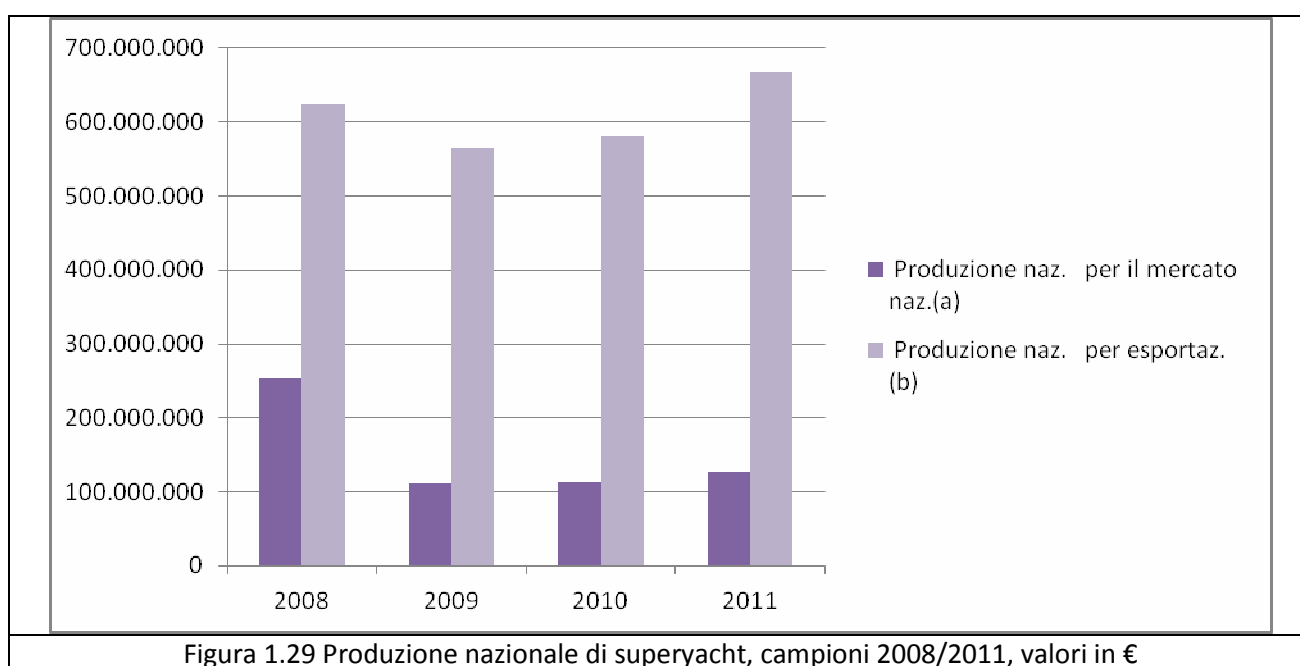


Figura 1.29 Produzione nazionale di superyacht, campioni 2008/2011, valori in €

La figura 1.30 mostra la ripartizione percentuale della produzione nazionale tra vendite in Italia ed esportazioni; risulta chiaro come l'export abbia un ruolo predominante dal 2009 in avanti e come nel corso degli ultimi tre anni tale ripartizione sia rimasta sostanzialmente invariata (84% di export contro 16% di vendite sul mercato interno).

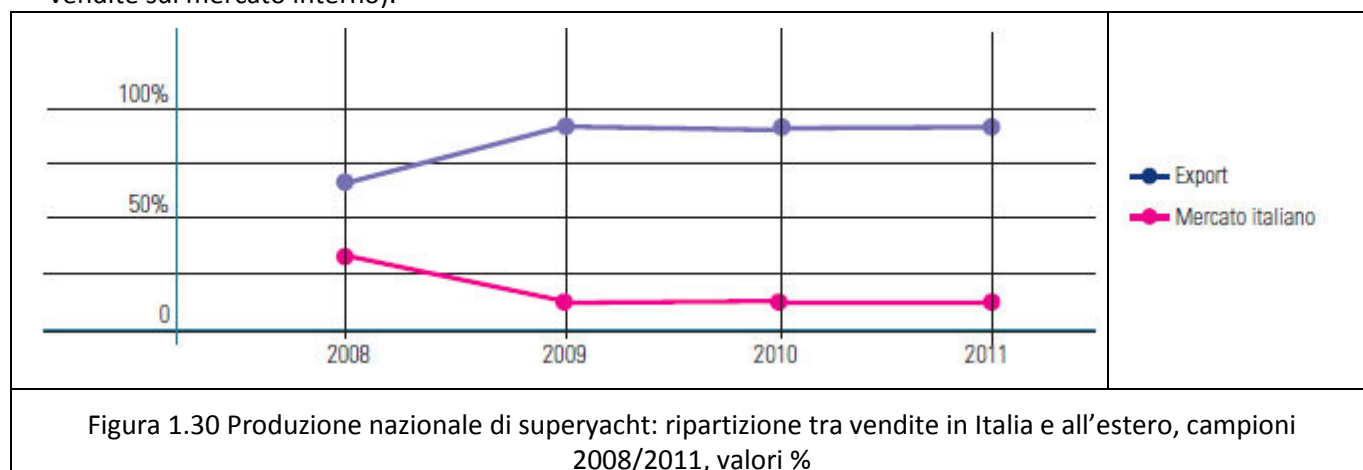


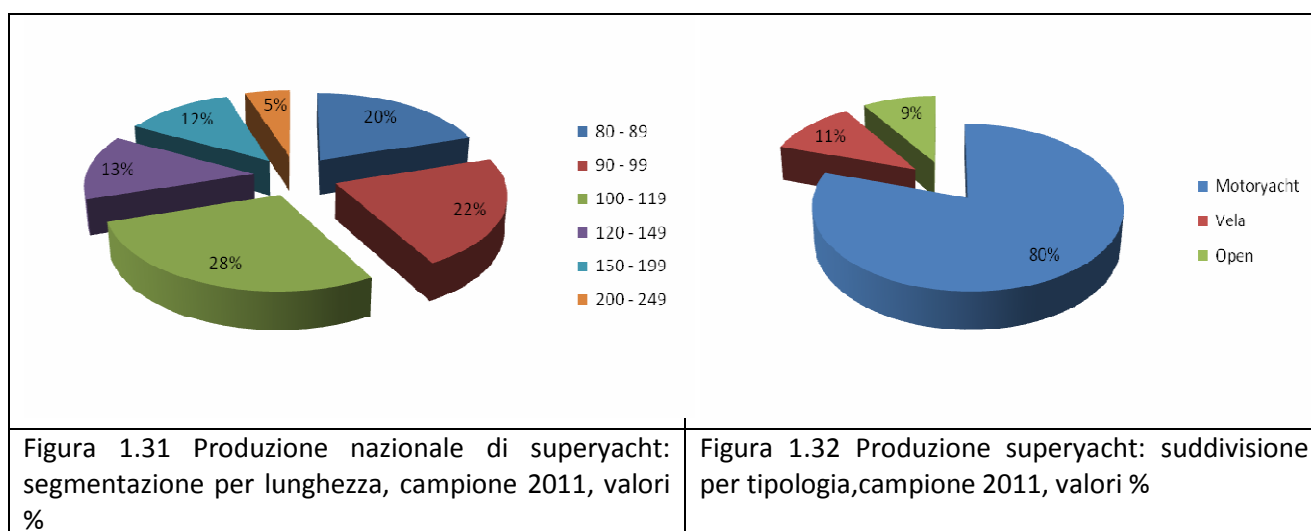
Figura 1.30 Produzione nazionale di superyacht: ripartizione tra vendite in Italia e all'estero, campioni 2008/2011, valori %

Le tabelle e le figure riportate sotto mostrano il quadro analitico relativo al settore dei superyacht, ed mettono in evidenza il dettaglio relativo alla tipologia di imbarcazioni e alla relativa lunghezza (tabella 1.18, figura 1.31 e figura 1.32).

Dall'analisi della tabella 1.18 e dalla figura 1.31 risulta evidente come le produzioni quantitativamente più incidenti siano quelle di lunghezza compresa tra i 100 e 119 piedi, seguite da quelle comprese tra 90 e 99 piedi.

Piedi	80 - 89	90 - 99	100 - 119	120 - 149	150 - 199	200 - 249	>250	TOTALE
Motoryacht	15	17	19	11	4	2	0	68
Open	2	2	4	0	0	0	0	8
Explorer Sportfisher	0	0	0	0	0	0	0	0
Vela	0	0	1	0	6	2	0	9
Totali	17	19	24	11	10	4	0	85

Tabella 1.18 Produzione nazionale di superyacht: segmentazione per lunghezza, campione 2011, valori in €



La produzione totale dell'industria nautica

Di seguito vengono riportati i dati relativi all'intero settore della nautica, composto, come già detto, da quattro sottosettori:

- cantieristica – produzione di unità da diporto (I);;
- refitting, riparazione e rimessaggio (II);
- accessori e componenti (III);
- motori (IV).

La tabella 1.19 mostra i valori dei fatturati dei singoli settori fino ad ora esaminati; in più sono riportati i dati relativi al sottoinsieme formato dalle produzioni di accessori e componenti e di motori, per il quale sono calcolati i valori in termini assoluti e in percentuale; infine sono riportati anche i valori, assoluti e percentuali, relativi all'industria nautica nel suo complesso.

Il fatturato complessivo del settore della nautica (I + II + III + IV), è pari a € 3.423.770.000 e deriva per circa l'84% (€ 2.857.350.000) da produzione nazionale e per il restante 16% (€ 566.420.000) dalla vendita di prodotti di importazione. La produzione nazionale genera un fatturato di € 939.120.000 relativo ai prodotti venduti sul mercato interno (circa 33%) e da € 1.918.230.000 che derivano da esportazioni (circa 67%), di cui circa il 44% (€ 839.180.000) verso Paesi UE (43,7%) e il restante 56% (€ 1.079.050.000) verso Paesi extra comunitari. Dall'analisi delle importazioni vendute considerando la relativa provenienza, si può osservare che circa il 64% proviene da Paesi UE, per un valore pari a € 362.010.000, mentre il restante 36% viene importato da Paesi extra UE (€ 204.410.000). Le importazioni a loro volta sono poi ricollocate principalmente sul mercato italiano (circa 89%), per un valore di € 502.330.000, e per il restante 11% sui mercati internazionali (€ 64.080.000). Infine, è importante ricordare come il saldo della bilancia commerciale dell'industria nautica nel suo complesso ammonta a € 1.351.810.000.

Il fatturato complessivo del sottoinsieme costituito dai comparti degli accessori e componenti e dei motori (III + IV), complementari rispetto alla produzione cantieristica, ammonta a € 1.197.780.000, derivante per € 717.610.000 da produzione nazionale (circa il 60%) e per € 480.170.000 da importazioni (restante 40%). Considerando questi due segmenti congiuntamente si evince che il loro peso sul fatturato complessivo dell'industria nautica è pari quasi al 35%.

	Cantieristica (I)	Refitting, riparazione e rimessaggio (II)	Accessori e componenti (III)	Motori (IV)	(III+IV)	(III+IV) valori %	(I+II+III+IV)	(I+II+III+IV) valori %
Produzione nazionale	1.960.680.000	179.060.000	664.820.000	52.790.000	717.610.000	59,90%	2.857.350.000	83,50%
sul mercato nazionale (a)	413.780.000	128.690.000	379.920.000	16.730.000	396.650.000	55,30%	939.120.000	32,90%
per esportazione (b)	1.546.900.000	50.370.000	284.900.000	36.060.000	320.960.000	44,70%	1.918.230.000	67,10%
di cui verso Paesi UE	604.900.000	27.580.000	181.620.000	25.080.000	206.700.000	64,40%	839.180.000	43,70%
di cui verso Paesi extra UE	942.000.000	22.790.000	103.280.000	10.980.000	114.260.000	35,60%	1.079.050.000	56,30%
Importazioni	86.250.000	-	241.830.000	238.340.000	480.170.000	40,10%	566.420.000	16,50%
provenienti da Paesi UE	54.130.000	-	138.310.000	169.570.000	307.880.000	64,10%	362.010.000	63,90%
provenienti da Paesi extra UE	32.120.000	-	103.520.000	68.770.000	172.290.000	35,90%	204.410.000	36,10%
vendute in Italia (c)	73.380.000	-	200.820.000	228.130.000	428.950.000	89,30%	502.330.000	88,70%
vendute all'estero (d)	12.870.000	-	41.010.000	10.200.000	51.210.000	10,70%	64.080.000	11,30%
Fatturato globale	2.046.930.000	179.060.000	906.650.000	291.130.000	1.197.780.000	100%	3.423.770.000	100%
destinazione finale all'estero (b+d)	1.559.770.000	50.370.000	325.910.000	46.260.000	372.170.000	31,10%	1.982.310.000	57,90%
destinazione finale Italia (a+c)	487.160.000	128.690.000	580.740.000	244.860.000	825.600.000	68,90%	1.441.450.000	42,10%
Saldo esportazioni	1.460.650.000	50.370.000	43.070.000	-202.280.000	-159.210.000	-	1.351.810.000	-

Tabella 1.19 La produzione totale, anno 2011, valori in €

Dall'analisi della figura 1.33 si denota come la rilevanza del settore della cantieristica pesi sul fatturato totale per un 60% all'interno del quale emergono gli elevati valori di fatturato relativi alla produzione nazionale (€1.960.680.000) e la vocazione all'esportazione, con un conseguente saldo positivo della bilancia commerciale (€1.460.650.000). Un'altra caratteristica dell'industria che emerge nettamente dall'andamento del grafico è il differenziale negativo del saldo export-import del comparto dei motori, ascrivibile al peso delle importazioni, ampiamente controbilanciato, nella realtà, dalla tendenza a riesportare i motori importati una volta montati su unità da diporto prodotte nell'ambito dell'industria nazionale.

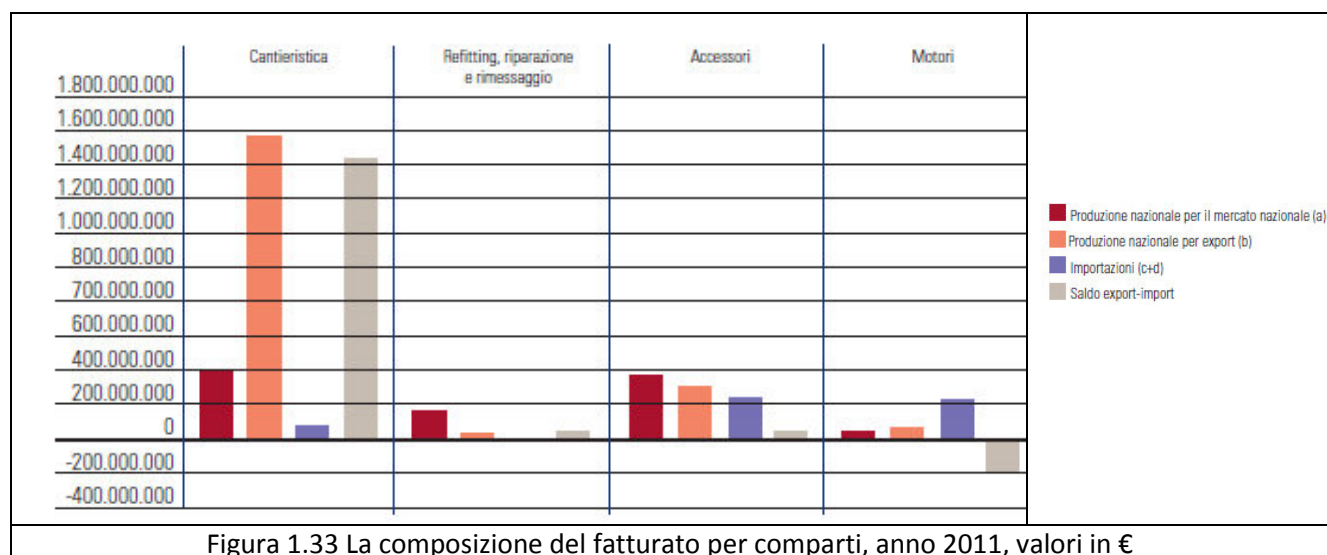


Figura 1.33 La composizione del fatturato per comparti, anno 2011, valori in €

La tabella 1.20 riporta i valori del fatturato, relativi al periodo compreso tra 2006 e 2011 ripartiti nei settori della produzione nazionale e delle importazioni; nell'ultima riga sono riportate le variazioni percentuali dei valori tra il 2011 e il 2010. Il valore della produzione nazionale, pari a € 2.857.350.000, mostra una lieve ripresa rispetto al 2010 (circa il +3%), che ancora non basta ancora a recuperare il fatturato perso nel precedente biennio; tale crescita è dovuta all'aumento del fatturato che deriva dalle esportazioni (circa il +19%), che, più rilevante in termini assoluti, più che compensa la stessa perdita percentuale nel fatturato

che deriva dalla vendite sul mercato interno. Il valore del fatturato si attesta su € 3.423.770.000, ed evidenzia un aumento di quasi due punti percentuali rispetto al 2010. Si osserva infine come il saldo della bilancia commerciale presenta un saldo positivo è sensibilmente superiore a quello dell'anno precedente. Analizzando i dati con riferimento al 2009 e al 2008 si invece osserva come il settore sia ancora in sofferenza, con la sola eccezione delle esportazioni.

Anno	Produzione nazionale per il mercato nazionale (a)	Produzione nazionale per esportazione (b)	Produzione nazionale (a+b)	Importazioni (c)	Saldo Export-Import	Fatturato globale (a+b+c)
2006	2.366.480.000	2.246.910.000	4.613.390.000	1.166.690.000	1.032.290.000	5.780.080.000
2007	2.661.300.000	2.324.640.000	4.985.940.000	1.222.850.000	1.082.540.000	6.208.790.000
2008	2.647.800.000	2.327.570.000	4.975.370.000	1.205.840.000	1.103.350.000	6.181.210.000
2009	1.729.390.000	1.815.800.000	3.545.190.000	702.350.000	1.096.140.000	4.247.540.000
2010	1.160.770.000	1.610.810.000	2.771.580.000	587.310.000	1.023.500.000	3.358.890.000
2011	939.120.000	1.918.230.000	2.857.350.000	566.420.000	1.351.810.000	3.423.770.000
Var % 11-10	-19,10%	19,10%	3,10%	-3,60%		1,90%

Tabella 1.20 Tutti i comparti, valori in €

La figura 1.34 mostra la composizione del fatturato della nautica da diporto tra il 2006 e il 2011; le categorie di riferimento sono sempre il mercato nazionale, l'export, l'import ed il saldo della bilancia commerciale. Si può osservare come nel 2009 l'export abbia superato per la prima volta la produzione nazionale per il mercato interno e come questo trend si confermi nel 2010 e nel 2011.

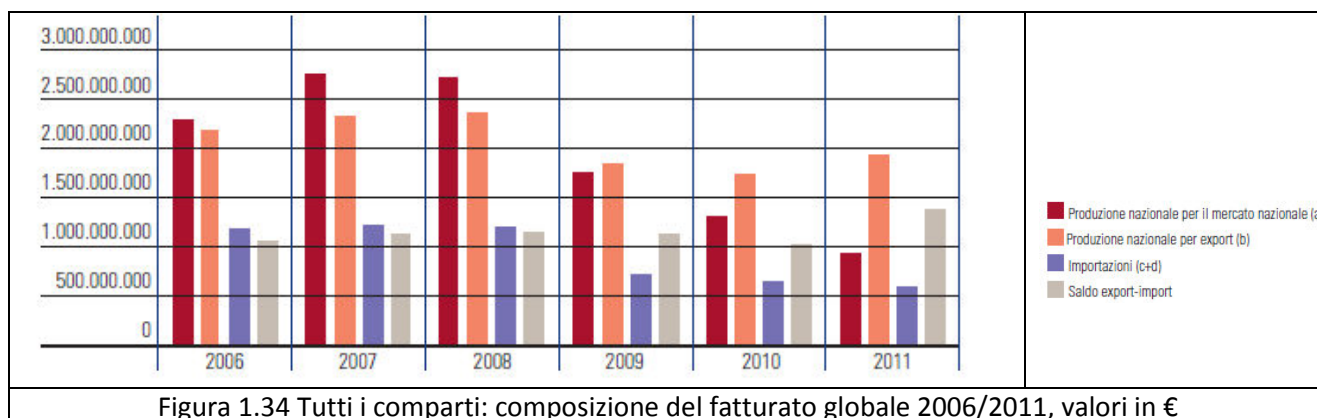


Figura 1.34 Tutti i comparti: composizione del fatturato globale 2006/2011, valori in €

La figura 1.35 mostra l'andamento del settore della nautica da diporto nel periodo tra il 2006 e il 2011, e presenta un andamento inizialmente crescente, poi, dopo il 2008, una perdita generalizzata, e, nell'anno oggetto di indagine, una timida ripresa.

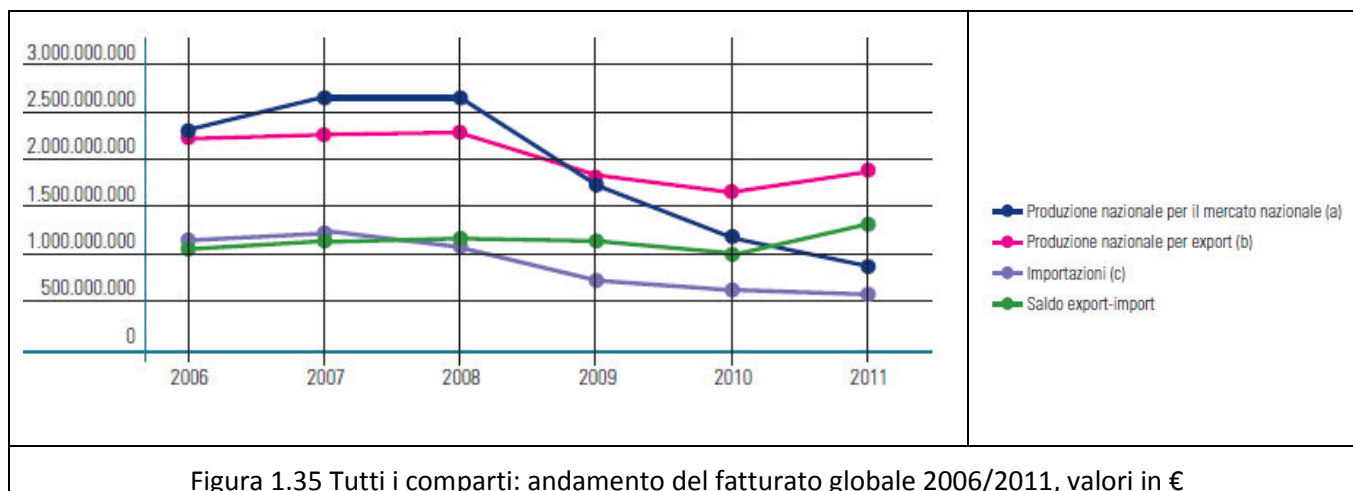
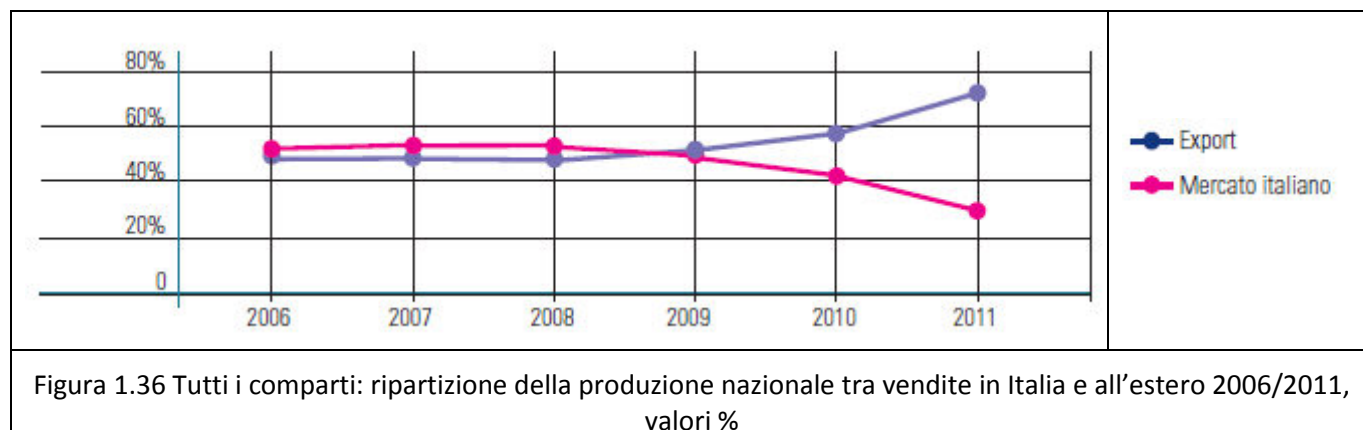


Figura 1.35 Tutti i comparti: andamento del fatturato globale 2006/2011, valori in €

La figura 1.36 mostra come la produzione delle aziende italiane, a partire dal 2008, sia comparativamente sempre più destinata ai mercati internazionali, e sempre meno destinata al mercato interno.



ANDAMENTO DEL SETTORE A LIVELLO MONDIALE

Di seguito è riportato l'inquadramento del settore a livello mondiale.

Il parco nautico mondiale

Il parco nautico internazionale non presenta sostanziali variazioni rispetto agli anni passati. Le variazioni in realtà riguardano solamente la consistenza di alcuni parchi nautici, tuttavia a parte qualche isolato caso si tratta di variazioni percentualmente poco rilevanti.

Nella tabella 1.21, per ogni Paese analizzato, vengono mostrati i dati relativi al parco nautico complessivo che è suddiviso nelle seguenti categorie:

- unità a vela,
- unità a motore entro bordo o entrofuoribordo,
- unità a motore fuoribordo e unità rigide,
- unità pneumatiche di lunghezza > 2,5 m e di peso > 20 kg.

La tabella inoltre mostra il numero di unità da diporto ogni 1.000 abitanti, ottenuto dal rapporto tra parco nautico complessivo e popolazione residente nei diversi Paesi presi in considerazione: tale dato fornisce un'indicazione della predisposizione verso la nautica da diporto.

La tabella è divisa in tre sezioni:

1. Paesi europei,
2. Paesi extraeuropei,
3. Stati Uniti d'America, considerati a parte per evidenziarne l'importanza in termini quantitativi.

Le prime due sezioni della tabella sono ordinate in funzione del parco nautico decrescente.

Nazione	Popolazione	Unità da diporto per 1.000 abitanti	Totale parco nautico	Unità a vela	Unità a motore e b o efb	Unità con motore fb e unità rigide	Unità pneumatiche >2,5 m e >20 kg
Norvegia	4.900.000 1	175,20 1	858.500 1	58.500 1	275.000 1	415.000 1	110.000 1
Svezia	9.415.570	93,57	881.000	105.000	120.000	616.000	40.000
Finlandia	5.374.500	137,13	737.000	171.449 4	194.986 4	298.783 4	71.781 4
Italia	60.340.328	10,24	617.941 6	143.752 4	163.487 4	250.516 4	60.185 4
Regno Unito	62.008.048	8,73 3	541.560 3	212.305 3	94.805 3	155.850 3	78.600 3
Paesi Bassi	16.500.000 1	31,70 2	523.000 2	202.000 2	146.000 2	175.000 2	Nd
Germania	83.000.000 1	6,07 2	503.795	195.227	193.419	115.149	Nd
Francia	65.000.000 3	7,78 3	506.000	145.987 5	100.616 5	150.916 5	108.481 5
Spagna	46.152.925	4,77	219.998	13.455	154.178	Nd	52.365
Grecia	10.737.428	13,75	147.670	3.800	13.330	114.397	16.143
Svizzera	7.800.000	12,72	99.243	31.795	60.911	6.537	Nd
Portogallo	10.605.000 3	5,86	62.154 3	3.096 3	13.809 3	24.181 3	21.068 3
Polonia	38.000.000 2	1,54 1	58.585	36.045	2.030	20.510	Nd
Danimarca	5.560.628	9,89	55.000 2	31.350 2	7.488 2	13.777 2	2.385 2
Irlanda	4.250.000 2	6,35	27.000 2	6.281 4	7.143 4	10.946 4	2.630 4
Rep. Ceca	10.490.000	1,55	16.283	2.797	2.665	4.456	6.365
EUROPA	440.196.999	13,31	5.858.390	1.362.844	1.549.941	2.375.018	570.586
Australia	21.000.000 1	37,52 1	788.000 1	Nd	Nd	Nd	Nd
Nuova Zelanda	4.367.000	112,93	493.154	43.180	20.380	401.315	28.279
Giappone	128.051.000	1,75	224.000	11.000	Nd	Nd	12.000
Argentina	40.091.359	3,97	159.300	3.902	18.570	108.909	27.919
Turchia	74.000.000	1,06	78.645	9.030	29.570	24.800	15.245
Sud Africa	49.000.000 1	0,10 1	5.111	Nd	Nd	Nd	Nd
ALTRI PAESI	316.509.359	5,52	1.748.210	67.112	68.520	535.024	83.443
Stati Uniti	308.745.500	53,98 22,78	16.666.932	1.531.753	2.601.913	12.533.266	Nd
TOTALE	1.065.451.858	22,78	24.273.532	2.961.709	4.220.374	15.443.308	654.029

Tabella 1.21 Il parco nautico mondiale, anno 2010 Fonte: ICOMIA

Dall'analisi dei dati riportati si osserva come sia avvenuta una crescita notevole del parco nautico spagnolo, mentre una più modesta nell'area scandinava, in Francia, in Germania e in Grecia; inoltre si può osservare un calo importante per quanto riguarda la Polonia, mentre variano di poco i dati relativi a Italia e Svizzera. Analizzando i dati si può osservare come, in Europa, siano i Paesi scandinavi a confermare i valori maggiori, in leggera ma costante crescita, sia in termini di parco nautico complessivo che per il numero di unità da diporto ogni 1.000 abitanti:

- Norvegia (858.500 unità complessive e 175,20 unità ogni 1.000 abitanti),
- Svezia (881.000 unità complessive e 93,57 ogni 1.000 abitanti)
- Finlandia (737.000 unità complessive e 137,13 unità ogni 1.000 abitanti).

In questi paesi è radicata una forte cultura nautica, nonostante il clima non sia favorevole a tali attività nell'intero arco dell'anno, e la presenza di una popolazione poco numerosa: per questi motivi il numero di unità da diporto per ogni 1.000 abitanti è significativamente più elevato che nel resto d'Europa.

Il quarto Paese europeo in termini di parco nautico è l'Italia (617.941 unità), che presenta tuttavia un lieve calo del numero di imbarcazioni, seguito dal Regno Unito (541.560 unità, dato non aggiornato dal 2007), dai Paesi Bassi (523.000 unità, dato 2009), dalla Germania (503.795 unità) e dalla Francia (506.000 unità); gli ultimi due Paesi mostrano una variazione positiva rispetto all'ultimo dato disponibile (rispettivamente 2008 e 2007).

Da notare tuttavia che questi Stati presentano notevoli differenze in termini di popolazione residente; per cui si passa dal dato italiano, pari a 10,24 unità da diporto ogni 1.000 abitanti, alle 8,73 unità del Regno

Unito, all'ingente dato di 31,70 unità per i Paesi Bassi, caratterizzati da una scarsissima popolazione. Mentre Francia e Germania contano rispettivamente 7,78 e 6,07 unità da diporto ogni 1.000 abitanti.

Anche la Spagna (219.998 unità), con una crescita che raggiunge quasi il 20% rispetto all'anno precedente, e la Grecia (151.331 unità) presentano un parco nautico un parco nautico maggiore di 100.000 unità, segue poi la Svizzera (99.243 unità). Comunque in questo caso la consistenza pro capite del parco nautico varia notevolmente: dalle 4,77 unità ogni 1.000 abitanti in Spagna, si passa infatti alle 14,01 e 12,72 imbarcazioni ogni 1.000 persone rispettivamente per la Grecia e la Svizzera. Infine nella prima parte della tabella sono riportati i Paesi europei con un parco nautico complessivo più modesto (Polonia, Portogallo, Danimarca, Irlanda e Repubblica Ceca), anche se il dato ogni 1000 abitanti in alcuni casi è considerevole, in ragione della bassa numerosità della popolazione residente. Se si prende in esame la parte della tabella relativa al resto del mondo si mette in evidenza sicuramente il dato relativo agli Stati Uniti, oltretutto in crescita rispetto al 2009, che contano un parco nautico di 16.666.932 imbarcazioni che sono rappresentate per più del 75% da unità con motore fuoribordo e unità rigide. Questi numeri, seppur rapportati alla numerosa popolazione residente, portano comunque ad una diffusione di imbarcazioni pari a quasi 54 unità da diporto ogni 1.000 abitanti. Proseguendo nell'analisi emerge come l'Australia risalti per la notevole consistenza totale del parco nautico in termini assoluti (il dato stimato ammonta a circa 788.000 unità), mentre la Nuova Zelanda è caratterizzata da un dato importante in termini relativi (quasi 113 unità ogni 1000 abitanti), imputabile da una parte ad una radicata cultura nautica nel Paese, dall'altra alla scarsa popolosità del Paese.

Gli altri Paesi extraeuropei ovvero Giappone, Argentina, Turchia e Sud Africa presentano dati scarsamente significativi sia in termini assoluti che per il numero di unità pro capite.

Risulta evidente, per quanto riguarda la composizione per tipologia di motorizzazione e imbarcazione, la forte influenza esercitata dalla ripartizione degli Stati Uniti d'America, il cui parco nautico rappresenta quasi il 70% del parco nautico complessivamente considerato.

In generale, le unità a vela rappresentano il 12% circa del totale delle imbarcazioni, anche se in alcuni Paesi (Regno Unito, Paesi Bassi, Danimarca, Polonia) costituiscono la maggior parte del parco nautico nazionale, e in altri Paesi (ad esempio Svezia, Finlandia, Francia) rivestono comunque una certa importanza.

Nell'ambito delle unità a motore, le unità fuoribordo e rigide prevalgono largamente sulle unità entrobordo ed entrofuoribordo e su quelle pneumatiche, rappresentando il 64% delle imbarcazioni complessivamente considerate. Occorre tuttavia sottolineare come alcune categorie non prevedono l'obbligo di registrazione, e che nelle statistiche fornite da alcuni Paesi non sono conteggiate le navi da diporto oppure le unità pneumatiche, pertanto questo fattore impedisce di comprendere quanto influiscano nella composizione del parco nautico i superyacht o le piccole imbarcazioni, come le derive, i surf, le canoe etc.,.

Infine occorre considerare il fatto che quando vengono effettuate delle nuove immmissioni nei mercati nazionali di unità da diporto risulta impossibile stabilire quante in realtà rimpiazzino unità dismesse e quante contribuiscano invece all'aumento del parco nautico.

La tabella 1.22 mostra la distribuzione delle unità da diporto in relazione alla lunghezza delle coste dei Paesi analizzati.

Dall'analisi dei dati, che indicano la densità di imbarcazioni lungo le coste, è possibile valutare valutazione lo sviluppo del diportismo. Nella tabella non sono considerate le acque interne, per cui è possibile che il numero di imbarcazioni per 100 km di costa di alcuni Paesi sembri particolarmente elevato; per esempio guardando ai dati relativi ai Paesi Bassi (115.965 unità ogni 100 km di costa) e alla Germania (13.902 unità) si deve considerato il forte sviluppo delle vie d'acqua interne navigabili (canali e fiumi), mentre per la Svezia (11.013 unità) è necessario ricordare la notevole incidenza del turismo nautico lacustre.

In Europa, spiccano i dati relativi a Polonia (13.315 unità su soli 440 km di costa), Francia (9.200 unità) e Italia (8.375 unità). Gli Stati Uniti, che contano 133.342 km di costa, presentano un valore significativo di unità da diporto ogni 100 km di costa, pari a 12.499. Tale valore risulta molto maggiore rispetto ai dati degli altri Paesi extraeuropei, tra i quali si segnalano Australia, Giappone e Nuova Zelanda per la notevole lunghezza delle coste, pari rispettivamente a 66.530, 33.889 e 15.134 km, e per la conseguente esiguità del numero di unità per 100 km.

Nazione	Popolazione	Parco nautico complessivo	km di costa (b)	Unità da diporto per 100 km di costa
Norvegia	4.900.000 ¹	858.500 ¹	53.200	1.614 ¹
Svezia	9.415.570	881.000	8.000	11.013
Finlandia	5.374.500	737.000	31.119	2.368
Italia	60.340.328	617.941 ⁴	7.375	8.379
Regno Unito	62.008.048	541.560 ³	17.381	3.116
Paesi Bassi	16.500.000 ¹	523.000 ²	451	115.965
Germania	83.000.000 ¹	503.795	3.624	13.902
Francia	65.000.000 ³	506.000	5.500	9.200 ³
Spagna	46.152.925	219.998	7.880	2.792
Grecia	10.800.000	151.331	15.000	1.009
Svizzera	7.800.000	99.243	-	-
Portogallo	10.605.000 ³	62.154 ³	1.793	3.466 ³
Polonia	38.000.000 ²	58.585 ¹	440	13.315 ¹
Danimarca	5.560.628	55.000 ²	7.314	752
Irlanda	4.250.000 ²	27.000 ²	9.000	300 ²
Repubblica Ceca	10.490.000	16.283	-	-
EUROPA	440.196.999	5.858.390	168.077	3.486
Australia	21.000.000 ¹	788.000 ¹	66.530	1.184 ¹
Nuova Zelanda	4.367.000	493.154	15.134	3.259
Giappone	128.051.000	224.000	33.889	661
Argentina	40.091.359	159.300	5.087	3.132
Turchia	73.000.000	62.510	8.533	733
Sud Africa	49.000.000 ¹	5.111	2.798	183 ¹
ALTRI PAESI	316.509.359	1.748.210	131.971	1.325
Stati Uniti	308.745.500	16.666.932	133.342	12.499
TOTALE	1.065.451.858	24.273.532	433.390	5.601

Tabella 1.22 Distribuzione delle unità da diporto lungo le coste, anno 2010

La figura 1.37 mostra la diffusione di imbarcazioni da diporto nei Paesi considerati, in termini di unità ogni 1.000 abitanti. Da un'analisi congiunta del grafico in oggetto e della tabella 1.22, emerge come i primi quattro Paesi debbano la propria posizione in classifica in parte ad un consistente parco nautico ed in parte alla scarsa popolazione residente.

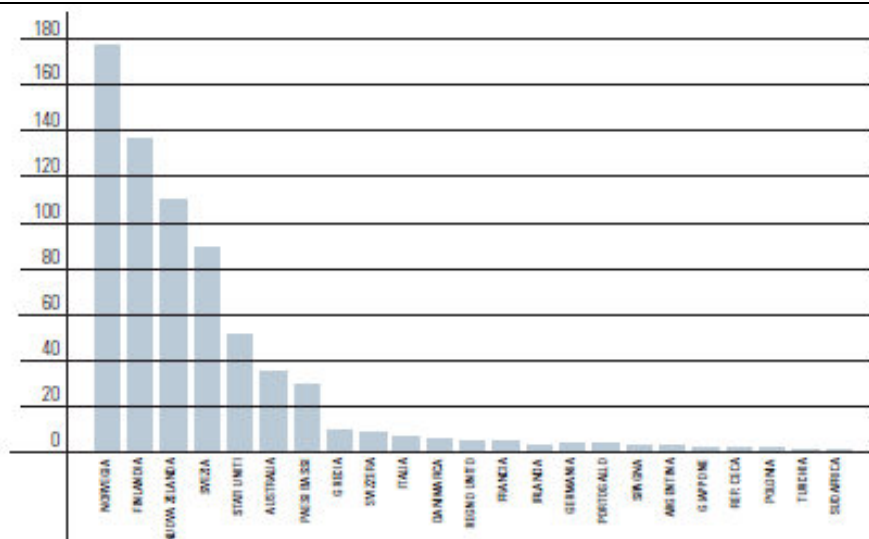


Figura 1.38 Parco nautico nel mondo, unità da diporto ogni 1.000 abitanti per nazione, anno 2010, fonte ICOMIA

La 1.39 raffigura la suddivisione del parco nautico mondiale per area geografica, al fine di fornire un quadro completo. Si ha conferma della netta superiorità del parco nautico statunitense, con una quota del 69% sul totale, in leggera crescita rispetto all'anno precedente (68%). L'Europa segue con una percentuale del 24% (25% nel 2009), di cui il parco nautico italiano rappresenta il 2,5%. Gli altri Paesi contano per il restante 7%.

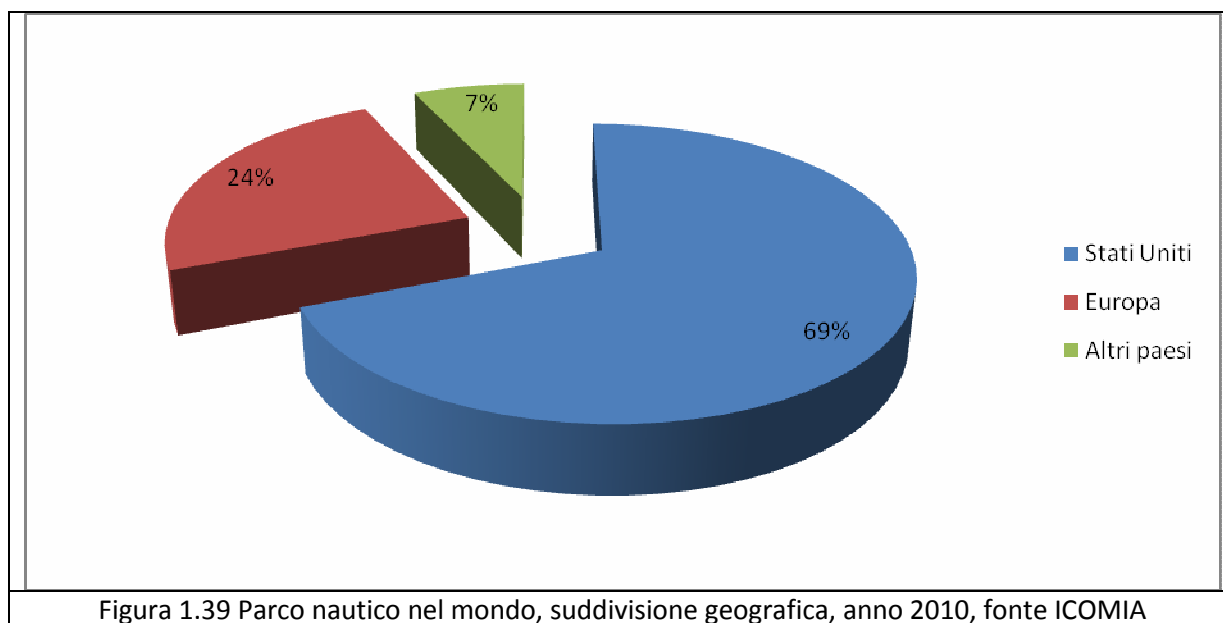
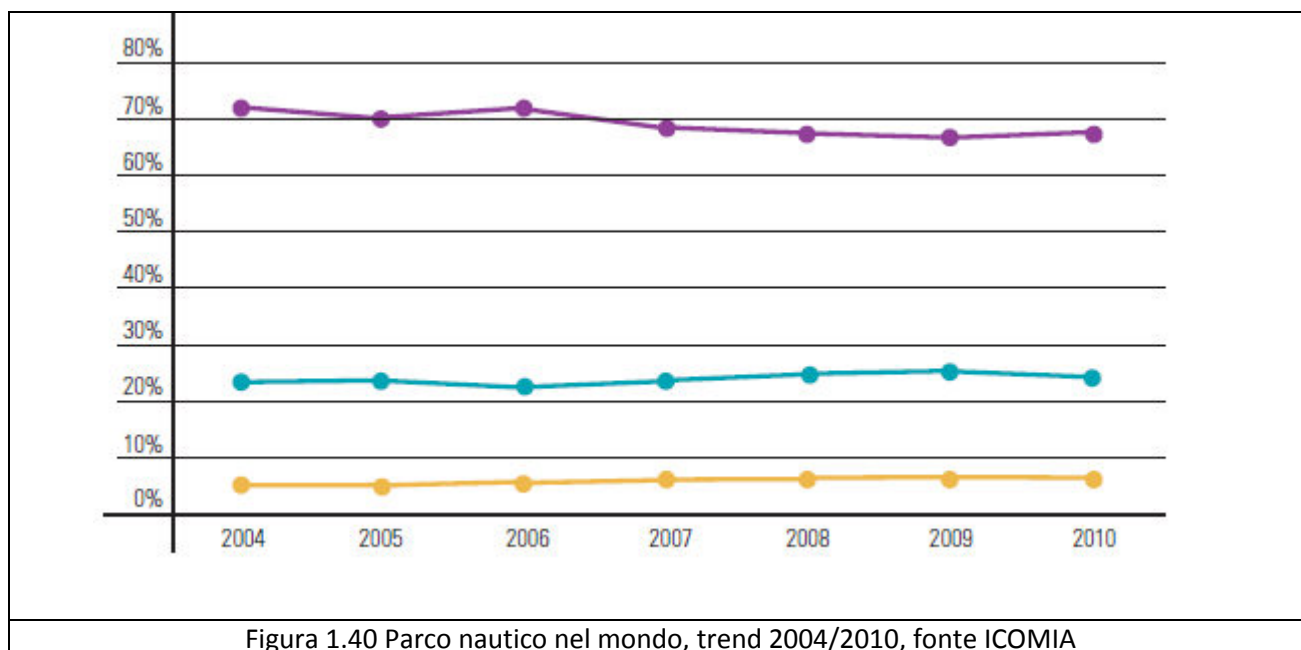


Figura 1.39 Parco nautico nel mondo, suddivisione geografica, anno 2010, fonte ICOMIA

La figura 1.40 mostra il trend nel tempo della suddivisione del parco nautico mondiale per area geografica. Come già segnalato in precedenza, l'unica variazione rilevante riguarda la quota imputabile agli Stati Uniti, che sale di un punto percentuale, a discapito di quella europea, che passa dal 25% al 24% del totale.



Le strutture dedicate alla nautica

Nella tabella 1.23 sono riportati i dati relativi alle infrastrutture dei vari Paesi. Andando oltre al mero dato numerico relativo alla consistenza di tali strutture, sono stati calcolati due particolari indici:

1. il rapporto tra numero di unità da diporto e numero di posti barca;
2. la corrispondente percentuale di unità da diporto con possibilità di ormeggio sulla totalità del parco nautico.

Questi due indici permettono di determinare il livello di infrastrutture dedicate dei vari Paesi presi in analisi in rapporto al rispettivo parco nautico. Questo tipo di valutazione è molto rilevante, in quanto il livello, quantitativo e qualitativo, delle infrastrutture da diporto influenza nettamente lo sviluppo del settore: la scarsa o abbondante disponibilità di posti barca può rappresentare una barriera o un volano per la diffusione del settore della nautica da diporto.

Tuttavia si deve precisare che i dati della tabella in esame relativi al parco nautico complessivo non coincidono perfettamente con quelli riportati nelle tabelle precedenti, in quanto nella tabella non sono riportati i dati sul Portogallo in quanto non disponibili e sulla Svizzera in quanto non ha sbocchi sul mare; invece sono riportati i dati relativi alla la Repubblica Ceca fornendo un'indicazione di marine e posti barca presenti sul territorio.

Nazione	Parco nautico complessivo	Marine e porticcioli	Posti Barca	Unità da diporto per posto barca	% unità da diporto con posto barca
Norvegia	858.500 1	30 1	Nd	Nd	Nd
Svezia	881.000	1.500 1	200.000 1	4	23%
Finlandia	737.000	1.770	80.900	9	11%
Italia	617.941	534 4	153.161 4	4	25%
Regno Unito	541.560 3	545	237.171 1	2	44%
Paesi Bassi	523.000 2	1.135	188.000 1	3	36%
Germania	503.795	2.700	Nd	Nd	Nd
Francia	506.000	404 3	233.843 3	2 3	46% 3
Spagna	219.998	358	129.554	2	59%
Grecia	151.331	22	9.300	16	6%
Polonia	58.585 1	1.293	80.200	1	137%
Danimarca	55.000 2	250	Nd	Nd	Nd
Irlanda	27.000 2	22	16.360	2	61%
Rep. Ceca	16.283	15	1.430	11	9%
Croazia	Nd	156	16.848	Nd	Nd
EUROPA	5.696.993	10.734	1.346.767	4	24%
Australia	788.000 1	490	66.500	12	8%
Nuova Zelanda	493.154	207	22.500	22	5%
Giappone	224.000	570	Nd	Nd	Nd
Argentina	159.300	251	Nd	Nd	Nd
Turchia	78.645	62	42.000	2	53%
Sud Africa	5.111	25 3	2.500 3	2 3	49% 3
ALTRI PAESI	1.748.210	1.605	133.500	13	8%
Stati Uniti	16.666.932	11.000 2	800.000 2	21	5%
TOTALE	24112135	23339	2280267	11	9%

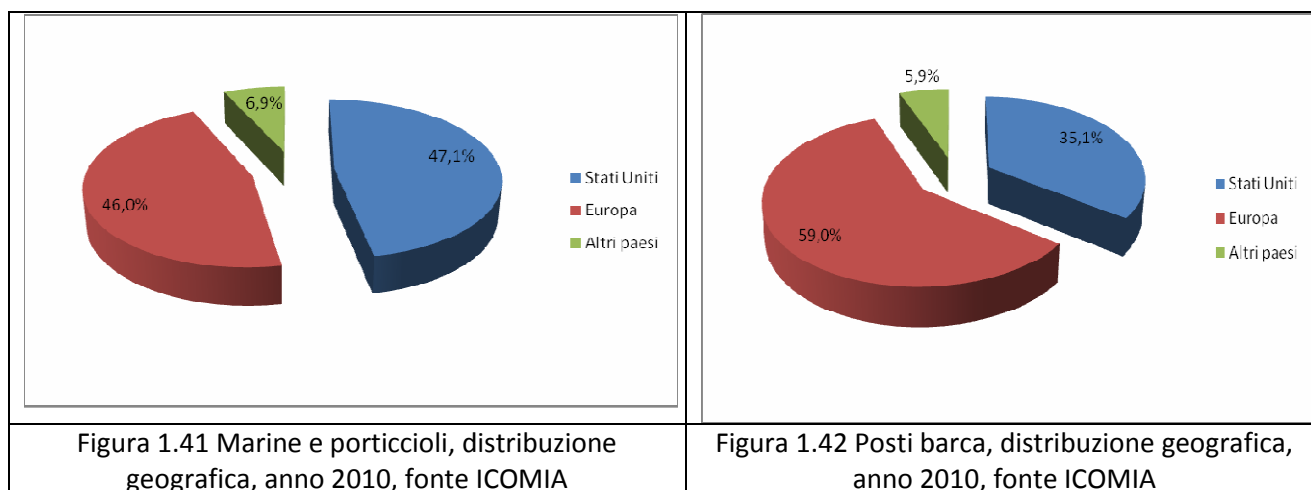
Tabella 1.23 Parco nautico e strutture dedicate al diporto nel mondo, anno 2010

Dall'analisi dei dati si evince come gli Stati Uniti siano in termini assoluti il Paese con il maggior numero di marine (11.000) e di posti barca (800.000), anche in virtù della maggiore estensione delle coste, tali dati tuttavia non sono aggiornati rispetto al 2009. Tuttavia si rileva come alla notevole dotazione infrastrutturale degli Stati Uniti non corrisponda una altrettanto importante disponibilità di ormeggi e marine in rapporto al parco nautico esistente.

Gli Stati Uniti relativamente al numero di marine e porticcioli sono seguiti anche se ovviamente ad una distanza considerevole da Germania e Finlandia; mentre relativamente alla dotazione di posti barca, si mettono in evidenza rispettivamente Regno Unito e Francia. La Svezia dal suo canto presenta una buona dotazione sia in termini di marine, sia in termini di posti barca.

Il miglior rapporto tra disponibilità di posti barca e numero di unità da diporto è presentato da Spagna e Turchia: il numero di imbarcazioni con posto barca ammonta rispettivamente al 61 e al 59%, che equivale approssimativamente a 2 unità da diporto per posto barca. Invece, i Paesi che presentano il dato peggiore sono Grecia, Nuova Zelanda e USA, dove mediamente solo il 6 o il 5% delle unità da diporto ha un posto barca, e dove vi sono rispettivamente 18, 21 e 20 imbarcazioni per ogni posto barca.

Le figure che seguono presentano la distribuzione geografica di marine e porticcioli (Figura 1.41) e di posti barca (Figura 1.42).



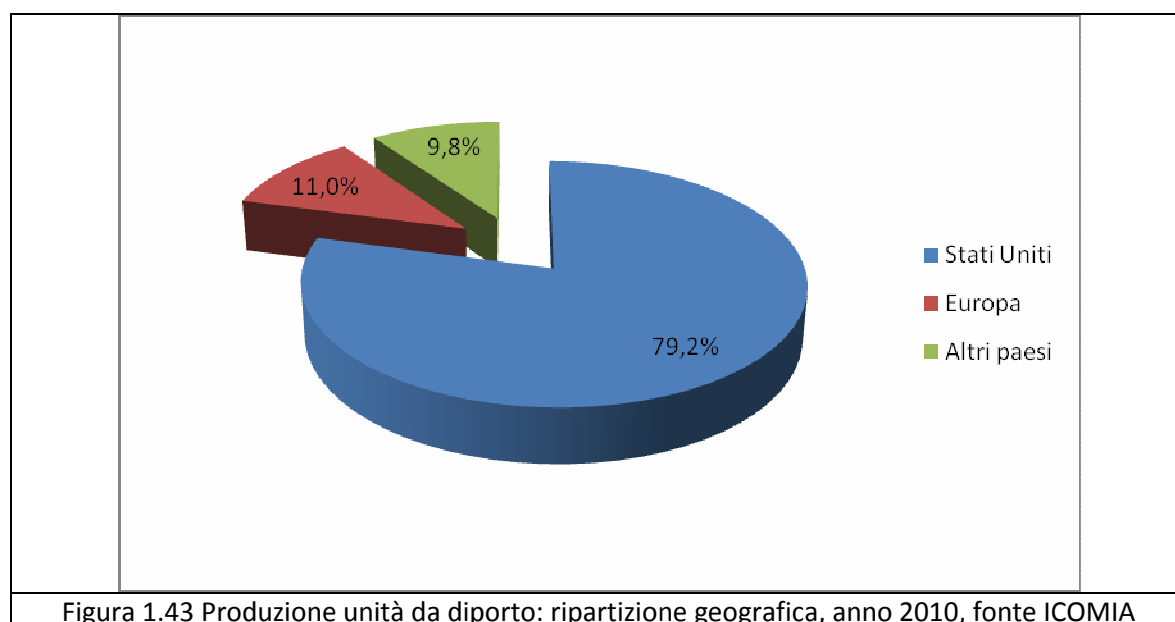
Dall'analisi dei grafici riportate sopra si evince come, per quanto riguarda la distribuzione geografica di marine e porticcioli, gli Stati Uniti prevalgano nei confronti dell'Europa, con il 47,1% degli approdi: tale percentuale è in leggero calo rispetto al 2009 (47,5%), confermando il trend negativo rispetto al 2008 (52%) e al 2007 (56%), a vantaggio dell'Europa (in cui si è passati al 46% rispetto al 45,6% del 2009), mettendo in evidenza una crescita dal 2007 ad oggi; gli altri Stati si attestano invece sulla stessa percentuale delle marine e dei porticcioli nel mondo rispetto allo scorso anno (6,9%). Naturalmente occorre tenere presente che, negli altri Paesi, i dati sono disponibili solamente per Argentina, Australia, Nuova Zelanda, Turchia e Sud Africa.

La disponibilità di posti barca (Figura 1.42) è maggiore nei Paesi Europei (59%, come nel 2009), contro il 35% circa degli USA (36% nel 2009) e il 6% degli altri Stati (5% nel 2009). Si noti come l'Italia conti per poco più del 2% nella suddivisione mondiale di marine e porticcioli, mentre nello stesso contesto il numero di posti barca e ormeggi ammonta a quasi il 7% del totale (e per poco meno del 12% dei posti barca in Europa).

La produzione mondiale

La produzione nautica mondiale nel 2010 ammonta a 653.152 unità, contro le 664.746 del 2009 (-1,7%). Di queste, la maggior parte viene prodotta negli Stati Uniti (79,3%, -1,2% rispetto al 2009), per un totale di 517.630 unità.

Dalla figura 1.43 si osserva la ripartizione geografica della produzione mondiale di unità da diporto per il 2010 e si evince immediatamente come gli Stati Uniti siano il primo produttore a livello mondiale, seguiti da Europa (11%) e dagli altri Paesi (9,8%, in leggera crescita rispetto al 2009).



L'Italia a livello mondiale conta per poco più del 3%, con più di 21 mila imbarcazioni, mentre produce il 30% circa delle imbarcazioni complessivamente prodotte in Europa.

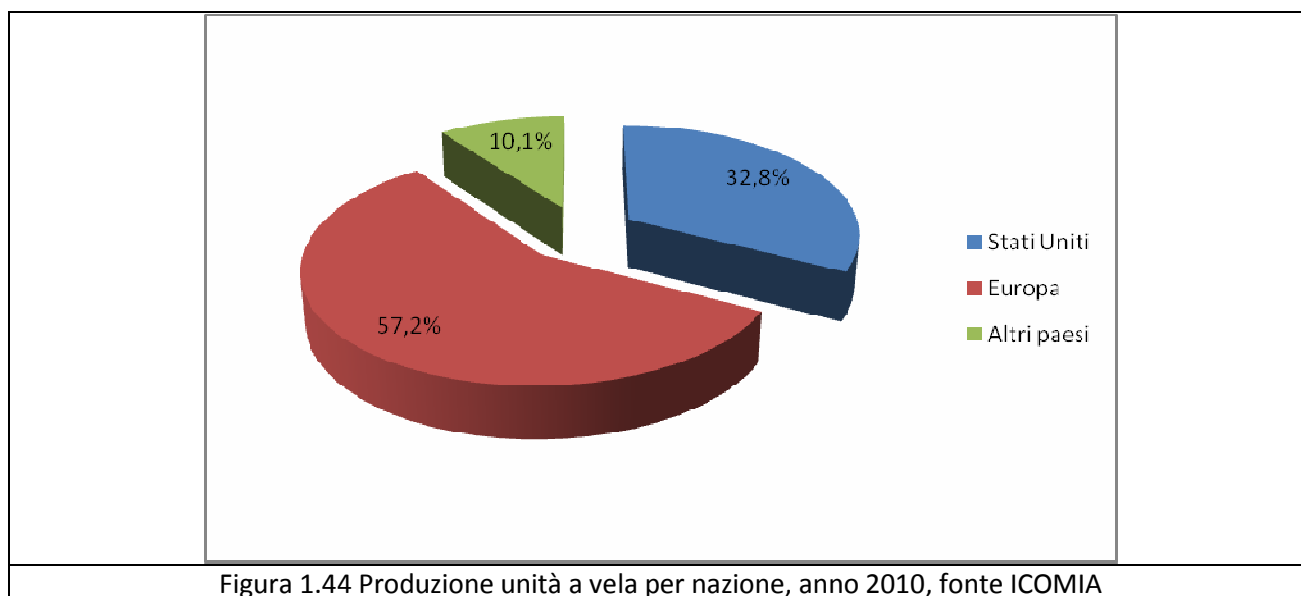
La tabella 1.24 riporta in dettaglio le statistiche sulla produzione mondiale di unità da diporto per il 2010; è infatti possibile osservare la ripartizione geografica, e quella relativa alla tipologia di imbarcazioni: unità a vela, unità a motore entro bordo ed entrofuoibordo, unità a motore fuoribordo e unità minori ed unità pneumatiche.

NAZIONE	Tipologia unità da diporto				TOTALE	TOTALE %
	a vela	a motore eb o efb	a motore fb e unità minori	unità pneumatiche		
Francia	4.755	3.318	3.045	13.621	24.739	3,80%
Italia	259 3	1.670 3	10.873 3	8.405 3	21.207 3	3,20% 3
Finlandia	30	693	6.402	Nd	7.125	1,10%
Grecia	11	73	2.999	585	3.668	0,60%
Norvegia	5 1	1.750 1	2.850 1	100 1	4.705 1	0,70% 1
Regno Unito	593	1.215	365	725	2.898	0,40%
Germania	1.196	1.050	Nd	Nd	2.246	0,30%
Paesi Bassi	Nd	Nd	Nd	Nd	1.750	0,30%
Spagna	63	1.262	Nd	255	1.580	0,20%
Croazia	42	116	394	193	745	0,10%
Rep. Ceca	29	Nd	516	Nd	545	0,10%
Polonia	464 1	Nd 1	Nd 1	Nd 1	464 1	0,10% 1
Danimarca	57	5	Nd	Nd	62	0,00%
EUROPA	7.504	11.152	27.444	23.884	71.734	11,00%
Australia	Nd	Nd	Nd	Nd	31.515 2	4,80% 2
Giappone	172	254	3.531	7.735	11.692	1,80%
Argentina	165	265	6.804	940	8.174	1,30%
Nuova Zelanda	447 1	545 1	2.450 1	1.400 1	4.842 1	0,70% 1
Turchia	540	1.060	3.510	1.145	6.255	1,00%
Sud Africa	Nd	Nd	Nd	Nd	1.300	0,20%
ALTRI PAESI	1.324	2.124	16.295	11.220	63.778	9,80%
Stati Uniti	4.300	29.530	459.500	24.300	517.630	79,30%
TOTALE	13.128	42.806	503.239	59.404	653.142	100%

Tabella 1.24 Produzione di unità da diporto: numero di unità prodotte, anno 2010

Analizzando la composizione della produzione mondiale si nota come gli USA risultino al primo posto, rispetto agli altri Stati presi singolarmente, in tutte le categorie considerate, con la sola esclusione delle unità a vela, settore in cui la Francia ha il predominio assoluto, con 4.755 unità.

Osservando la figura 1.44, si può notare come, nel comparto delle barche a vela, l'industria francese superi, da sola, quella statunitense. Se si considera poi il continente europeo, il confronto con gli Stati Uniti appare ancora più schiacciante (57,2% contro 32,8%).



Occorre tuttavia precisare che, nonostante il dato relativo alla maggiore produzione francese (4.755 contro 4.737 del 2009), il dato europeo è in leggero calo rispetto all'anno precedente: si possono evidenziare le diminuzioni riguardanti la produzione tedesca (da 1.264 a 1.196 unità), italiana (da 734 a 259 unità), danese (da 60 a 57 unità) e britannica (da 606 a 593 unità a vela). Complessivamente, la produzione europea perde circa il 6% rispetto al 2009, passando da 8.013 a 7.504 unità. Anche gli USA subiscono un calo della loro produzione di barche a vela, passando da 5.400 a 4.300 (nel 2008 ne contavano 9.300), mentre gli andamenti relativi agli altri Paesi sono caratterizzati da trend differenziati ma in aumento passando da 1.293 a 1.324 imbarcazioni.

Infine, nella tabella 1.25 vengono presentati i dati relativi ad esportazioni ed importazioni dei diversi Stati; la differenza tra i valori totali di importazione ed esportazione costituisce la cosiddetta bilancia commerciale nautica, che esprime la propensione degli Stati ad esportare o importare imbarcazioni.

	IMPORT			EXPORT			
Nazione	unità a vela	unità a motore eb o efb	Totale	unità a vela	unità a motore eb o efb	Totale	Export-Import
Germania	28.730	121.640	150.370	127.550	1.070.090	1.197.640	1.047.270
Italia	105.830	201.690	307.520	32.790	1.303.390	1.336.180	1.028.660
Regno Unito	103.670	131.370	235.040	48.910	713.940	762.850	527.810
Paesi Bassi	47.830	95.590	143.420	67.150	490.440	557.590	414.170
Stati Uniti	72.990	377.150	450.140	77.060	690.250	767.310	317.170
Francia 1	75.850	358.570	434.420	404.550	288.750	693.300	258.880
Nuova Zelanda	13.550	29.550	43.100	105.550	32.950	138.500	95.400
Finlandia	5.290	12.590	17.880	45.730	66.880	112.610	94.730
Croazia	17.580	69.370	86.950	32.280	79.630	111.910	24.960
Turchia	20.100	107.300	127.400	81.500	69.000	150.500	23.100
Polonia 1	160	6.320	6.480	16.700	10.620	27.320	20.840
Argentina	150	1.210	1.360	1.560	3.150	4.710	3.350
Irlanda	400	720	1.120	850	800	1.650	530
Sud Africa	3.250	4.680	7.930	6.480	1.490	7.970	40
Svezia	19.610	71.100	90.710	39.160	50.170	89.330	-1.380
Danimarca	7.000	10.200	17.200	6.740	7.500	14.240	-2.960
Rep. Ceca 1	2.450	3.600	6.050	1.420	870	2.290	-3.760
Portogallo 1	10.670	24.010	34.680	1.510	16.780	18.290	-16.390
Giappone	3.440	25.260	28.700	400	Nd	400	-28.300
Grecia	50.500	55.300	105.800	8.000	64.600	72.600	-33.200
Spagna 2	148.240	61.445	209.685	51.210	106.830	158.040	-51.645
Svizzera	16.400	53.800	70.200	1.500	3.400	4.900	-65.300
Norvegia	44.000	100.000	144.000	4.000	25.000	29.000	-115.000
Australia	71.120	106.100	177.220	11.920	18.030	29.950	-147.270

Tabella 1.25 Valore di import ed export per nazione, anno 2010, valori in migliaia di € (1 Dato anno precedente, 2 Il dato sulle importazioni di unità a motore è relativo all'anno precedente)

La tabella riporta i dati relativi alle importazioni e le esportazioni di unità a vela, unità a motore entro bordo ed entrofuoribordo, ma non include invece le imbarcazioni a motore fuoribordo e le unità pneumatiche.

L'Italia, per la prima volta dopo molti anni, perde il primato di Paese con la migliore bilancia commerciale mondiale nel settore della nautica, cedendo il primo posto in favore della Germania (con un saldo pari a 1.047 milioni di euro), che, rispetto all'anno precedente, vede aumentate le proprie esportazioni del 250%, (da 378.870 nel 2009 a 1.336.180 migliaia di euro nel 2010), e diminuendo ulteriormente, anche se di poco le importazioni.

Da osservare che la Germania aveva perso il secondo posto nel 2009, passando al quinto, alle spalle di Regno Unito, Paesi Bassi e Francia, che mostrano comunque, anche per il 2010, una buona vocazione all'export.

Al secondo posto, l'Italia dimezza il dato relativo alle importazioni (da 328.580 a 150.370 migliaia di euro) e vede ridursi le esportazioni del 18% circa (da 1.642.580 a 1.336.180 migliaia di euro), dando origine a una bilancia commerciale nautica di 1.029 milioni di euro circa.

Anche gli Stati Uniti mostrano una spiccata vocazione all'export, e migliorano la propria bilancia commerciale, passando da 192 a 317 milioni di euro circa; tuttavia, le variazioni più rilevanti sono quelle della Nuova Zelanda, che passa da un saldo di 27,2 a 95,4 milioni di euro e della Turchia (da un saldo negativo (-203 milioni di euro) a un saldo positivo (23 milioni di euro).

Spagna, Svizzera, Norvegia e Australia sono i Paesi con il saldo più sbilanciato verso le importazioni.

Il segmento dei superyacht: la produzione mondiale

Annualmente la rivista ShowBoats International pubblica il Global Order Book, contenente i dati relativi agli yacht di lunghezza superiore o uguale a 80 piedi (24,38 metri) in costruzione nei cantieri di tutto il mondo. In base ai dati dell'edizione 2012, al 1° settembre 2011 risultavano 728 ordini, con una riduzione di quasi il 3% rispetto all'anno precedente.

La composizione del portafoglio totale di ordini, per tipologia di unità (vedi figura 1.45) riporta una situazione abbastanza simile a quella dell'anno precedente, con i motoryacht stabili al 72% e gli sportfisher al 2%. Le unità a vela, dopo aver raddoppiato la propria quota di ordini 2011, crescono ancora fino al 13%. Continua la discesa delle unità open, che rappresentano ormai l'8% del totale, a vantaggio degli yacht expedition, ora al 5%.

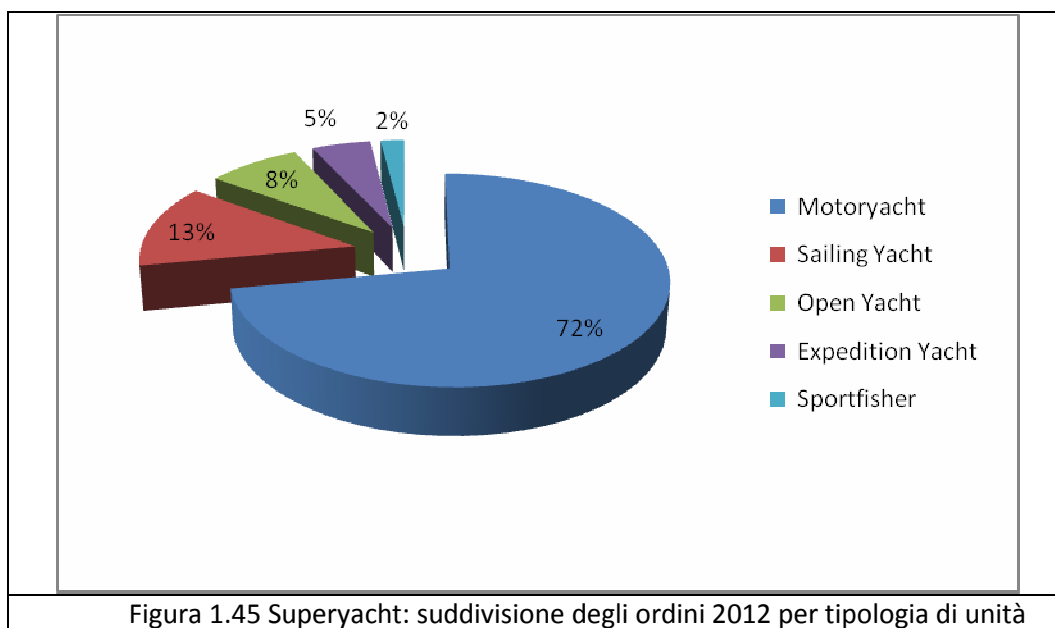
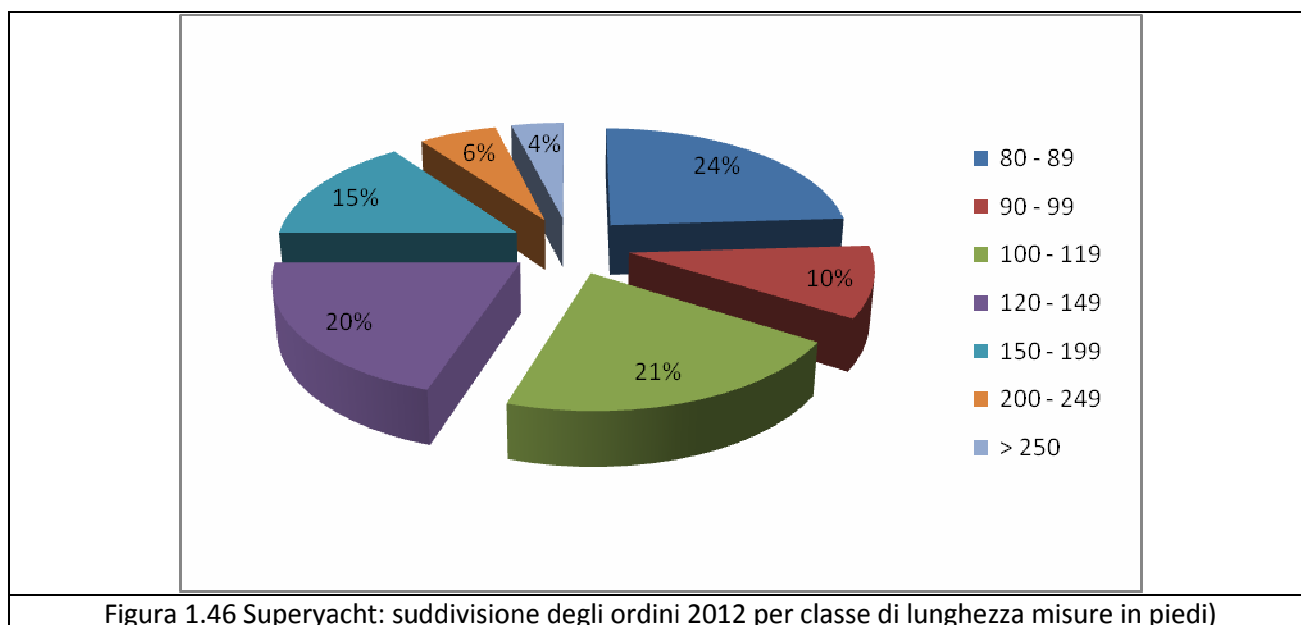


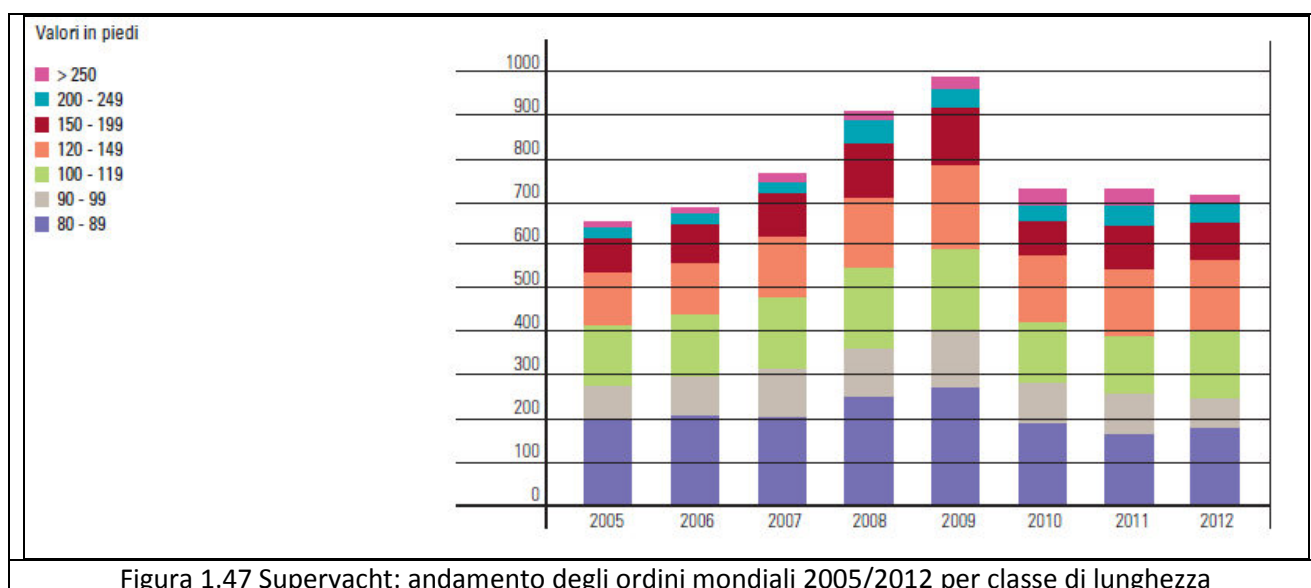
Figura 1.45 Superyacht: suddivisione degli ordini 2012 per tipologia di unità

Per quanto riguarda la ripartizione per lunghezza, si deve fare riferimento a quanto rappresentato nel grafico della figura 1.46. La fascia di lunghezza inferiore (fra 80 e 89 piedi), che è sempre stata la più importante a livello numerico, dopo tre anni di ridimensionamento, cresce di tre punti, al 24% degli ordini totali. L'unica fascia in evidente sofferenza sembra essere quella 150-199 piedi, che scende dal 18% al 15% degli ordini totali. Tutti gli altri segmenti hanno scostamenti minimi o nulli: quello delle unità 90-99 piedi resta al 10%; la fascia 100-119 piedi rappresenta il 21% (+1%) e quella 120-149 piedi il 20% (-1%). I due segmenti top end rimangono stabili: la fascia 200-249 piedi al 6%, la fascia oltre i 250 piedi al 4%.

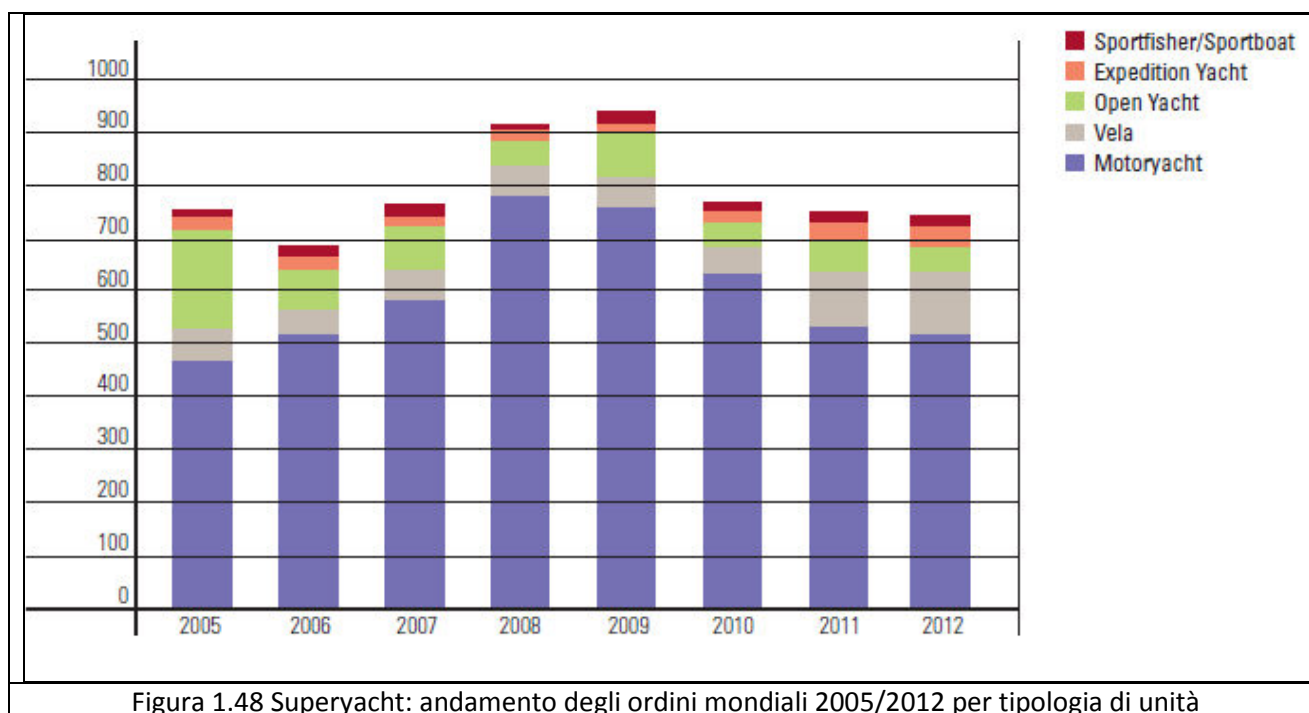


L'analisi dei dati degli ordini a livello mondiale per il periodo di tempo compreso tra il 2004 al 2012 permette di comprendere la dinamica del settore sia dal punto delle dimensioni, sia dal punto di vista della tipologia.

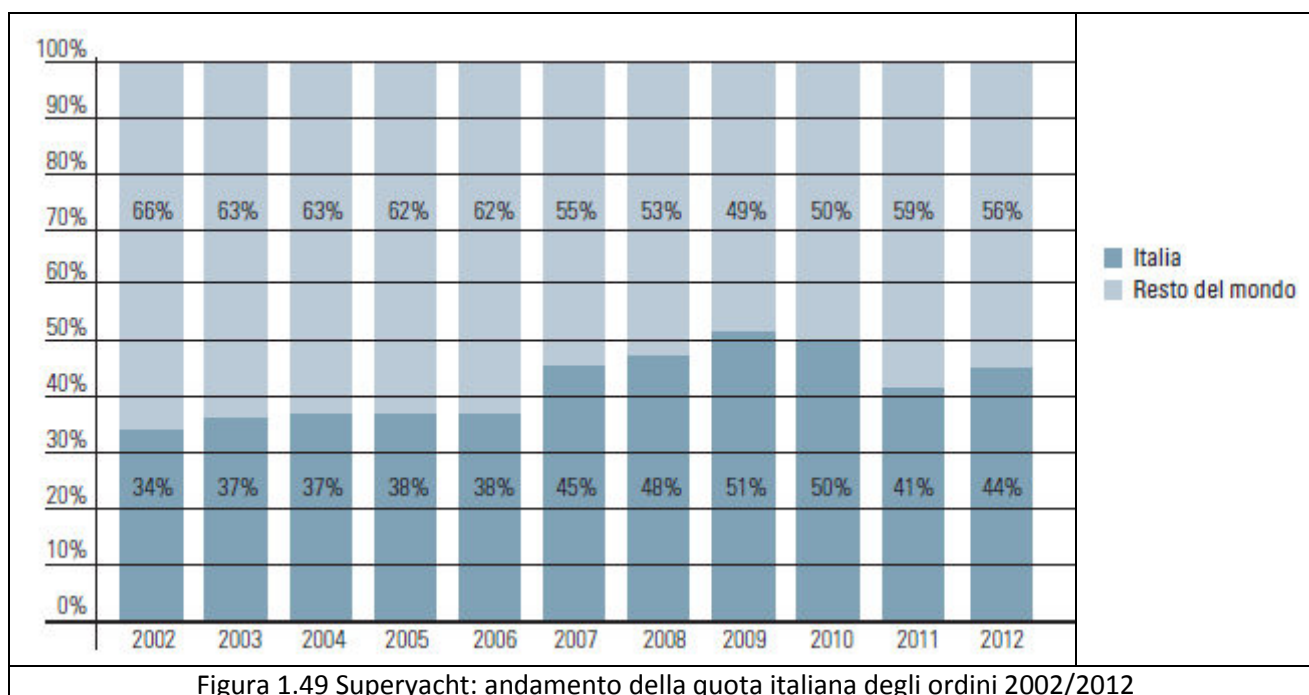
L'analisi dimensionale degli yacht in costruzione, rappresentata graficamente in figura 1.47, mostra come la crescita della domanda si sia distribuita negli anni piuttosto omogeneamente in tutte le fasce considerate, fino all'attuale ridimensionamento che riporta ai valori del biennio 2006/2007. Rispetto al Global Order Book 2011 si può notare, come precedentemente segnalato, che l'unica significativa riduzione in numero di ordini si registra nella fascia 150-199 piedi, con un calo di 23 unità. In realtà, calano lievemente in numero anche gli ordini del segmento 90-99 piedi, con una diminuzione di 8 unità, quello 120-149piedi (-5 unità) e il 200-249 piedi (-2). Di tali ridimensionamenti ne trae essenzialmente vantaggio la fascia più bassa (80-89 piedi), la cui quota cresce di 20 ordini.

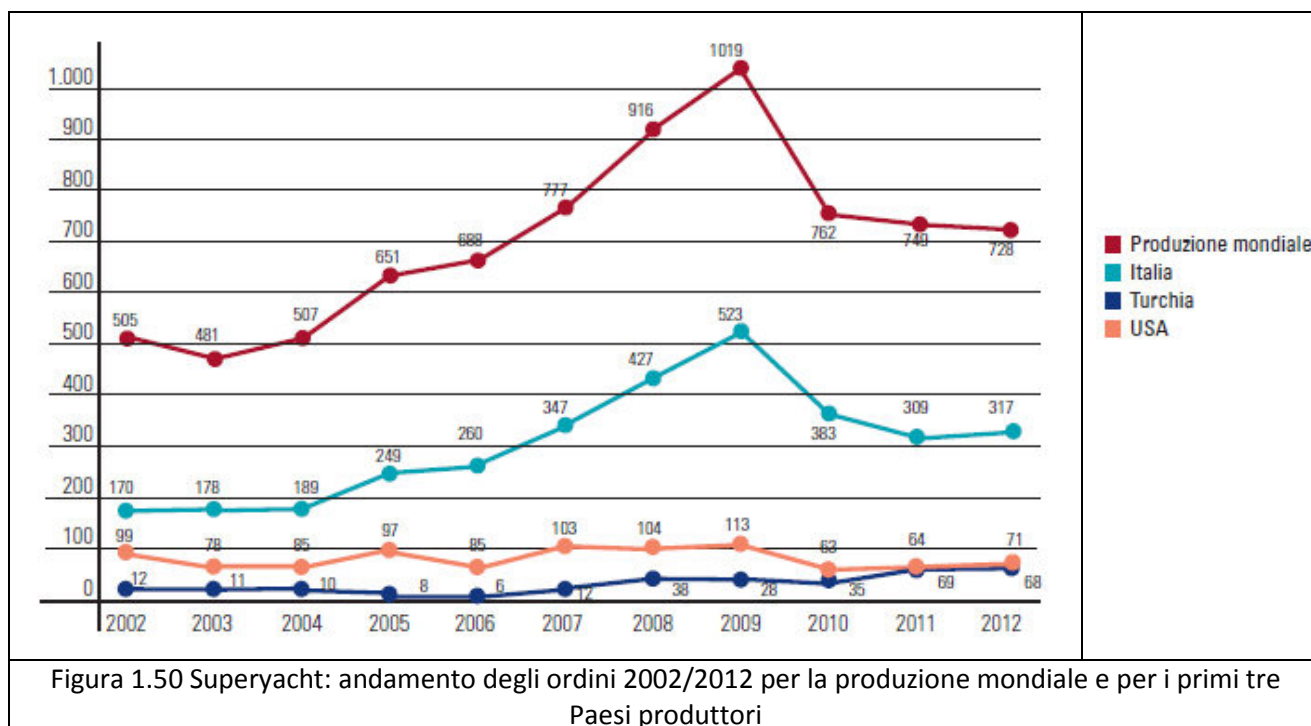


Dall'analisi delle tipologie di imbarcazione per gli anni 2005-2012, riportata in figura 1.48, si evince una riduzione degli ordini nel segmento principale (motoryacht), in linea con il dato generale (-3%, pari a 18 ordini in meno). È sempre significativa l'ottima performance dei superyacht a vela, che raggiungono il livello più elevato dell'intera serie storica qui rappresentata, con 93 commesse (+6). Gli open vedono una domanda discendente (-9 ordini, pari a -12% sull'anno precedente); sportfisher ed expedition continuano a mantenere quote percentuali di mercato non particolarmente significative.

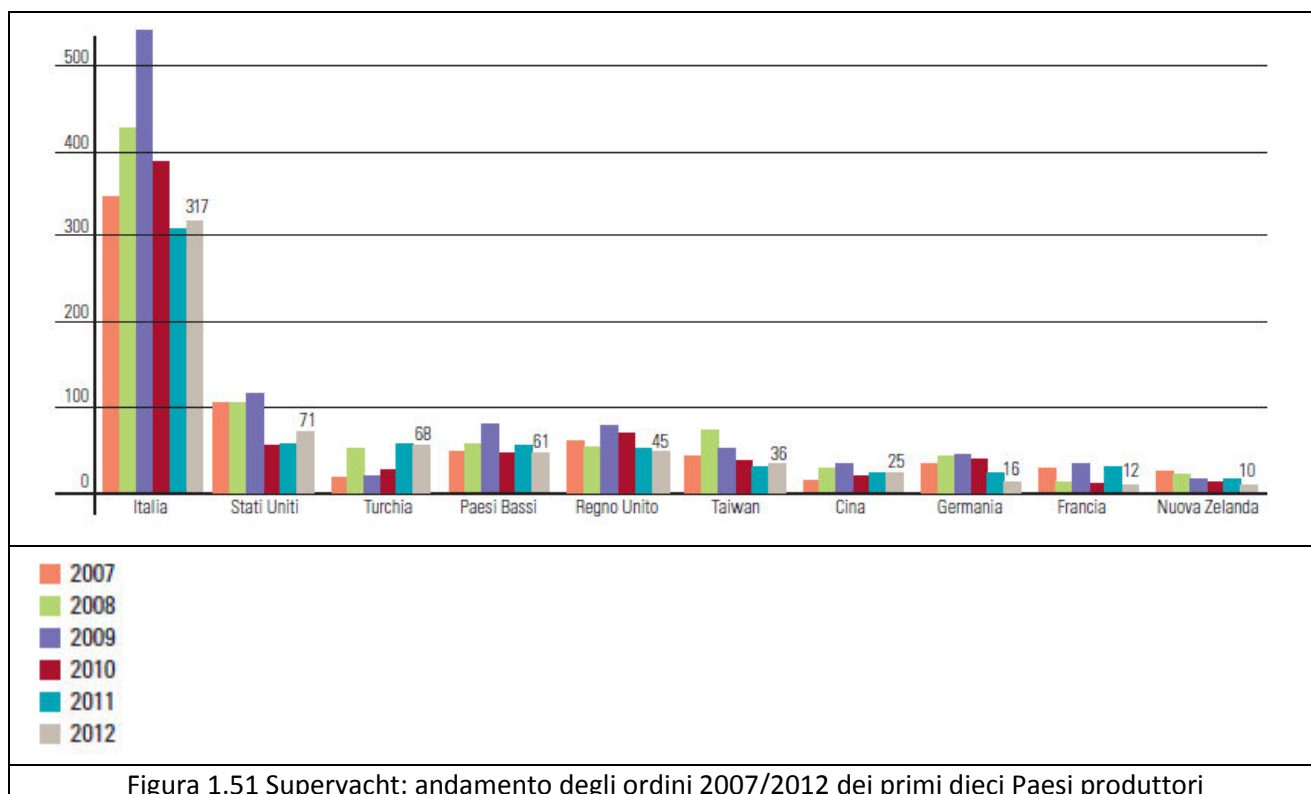


Analizzando i dati del Global Order Book delle principali nazioni produttrici, si conferma anche per quest'anno il primato della cantieristica italiana nel comparto dei superyacht: nonostante la perdurante crisi economica, il portafoglio ordini dei cantieri italiani cresce in numero e in quota percentuale (vedi figure 1.49 e 1.50).



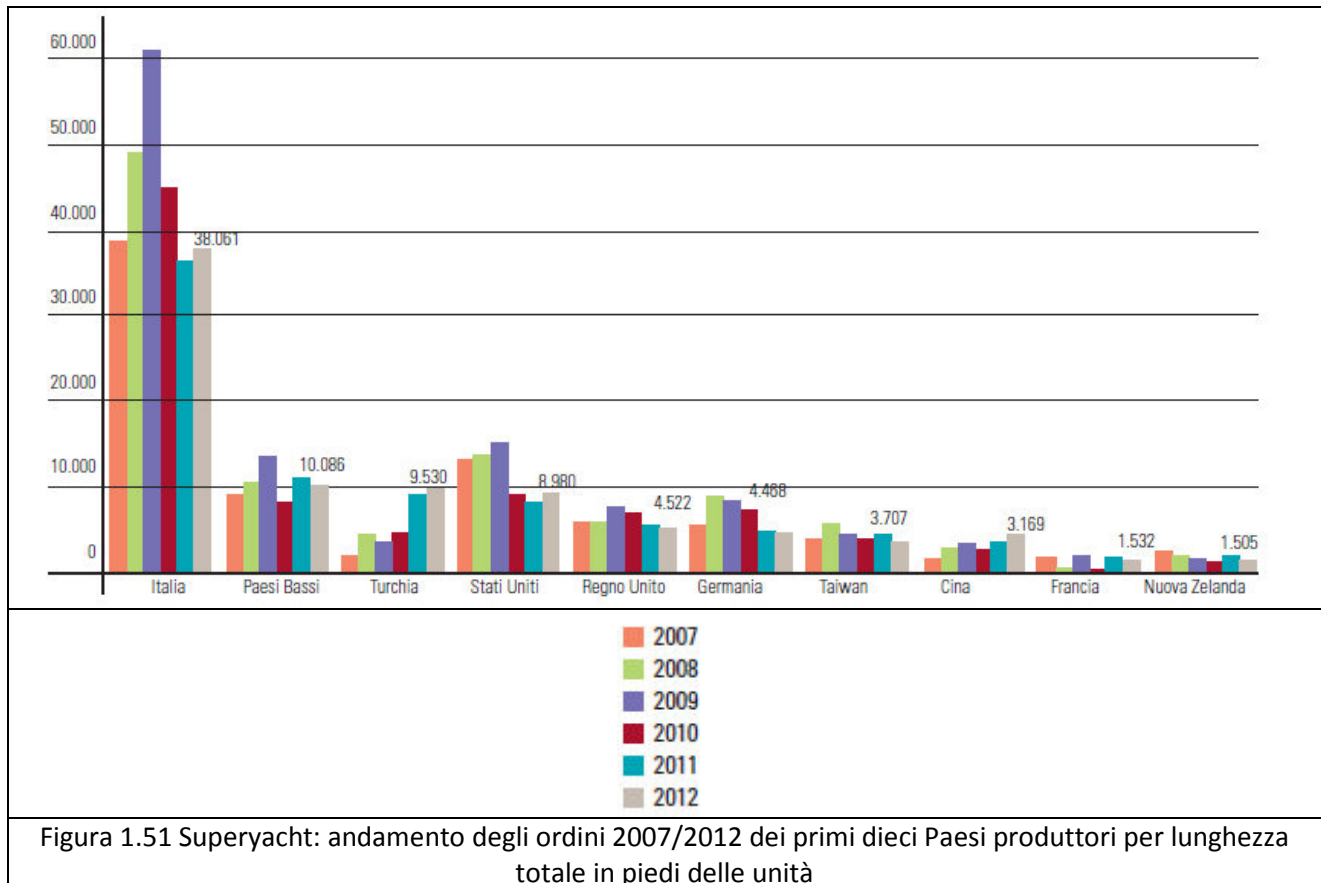


L'Italia rimane leader indiscussa del comparto, con 317 ordini su 728, nonostante una riduzione di circa il 3% della quota mondiale: la crescita rispetto all'anno precedente è di 8 ordini, che fanno salire al 44% la quota italiana sul totale (+3%). La buona performance dei cantieri statunitensi (+7 ordini) permette agli USA di tornare in seconda posizione, scavalcando sia la Turchia – che diminuisce di un solo ordine il proprio portafoglio 2012 – sia i Paesi Bassi, che scendono in quarta posizione. Continuando l'analisi dell'istogramma 1.51, si osserva una sostanziale tenuta del numero di ordini per Taiwan e la Cina. Tutte le altre principali nazioni vedono una riduzione degli ordini, con il mantenimento della propria posizione in classifica.



L'andamento degli ordini in base alla lunghezza totale dei progetti, mostrato in figura 1.52, non presenta sostanziali differenze rispetto all'anno precedente. Si può notare come le sole nazioni che incrementano il

proprio valore di produzione sono l'Italia (+661 piedi), la Turchia (+196 piedi), gli USA (+556 piedi) e la Cina (+417 piedi), infatti tutte le altre nazioni vedono la propria produzione in calo; è particolare il caso di Taiwan che, nonostante un incremento di 2 ordini, vede una riduzione del dato per lunghezza totale di circa il 23%. Un ulteriore dato che mette bene in evidenza le ragioni che contribuiscono a spiegare la supremazia dell'Italia nel settore superyacht è rappresentato dal fatto che dall'analisi della classifica dei cantieri, le prime tre posizioni dell'Order Book sono tutte occupate da cantieri italiani, con una quota di oltre il 25% rispetto agli ordini complessivi.



Focus sul distretto nautico dell'Alto Tirreno

Di seguito, un breve excursus del settore della nautica a livello del distretto dell'area transfrontaliera dell'Alto Tirreno

La nautica in Toscana

La regione Toscana registra un basso tasso di crescita della sua offerta di posti barca, malgrado una posizione di rilievo in termini di numero complessivo di posti barca offerti dal proprio tessuto di porti turistici, approdi e punti di ormeggio (63 porti, di cui 28 porti turistici, oltre 23.000 posti barca in grado di ospitare imbarcazioni fino a 90 metri) e una capacità di attrazione rilevante. Nel periodo compreso tra il 2001 e il 2005 la Toscana ha registrato solamente un 1% di crescita media annua collocandosi a fronte dell'essere tra le regioni leader fra quelle a minor sviluppo.

Progetti quali la costruzione del Porto di Marina di Pisa nei pressi della foce del fiume Arno così come i lavori di ampliamento e miglioramento qualitativo del porto di Viareggio potranno dare nuovo impulso alla crescita di questo settore. Secondo i piani il Porto di Marina di Pisa potrà, infatti, accogliere circa 600 natanti con lunghezza massima di 35 mt. La chiusura dei lavori di costruzione è prevista nel 2012.

La Toscana è al terzo posto in Italia per numero di imprese (11% circa) ed al quinto per numero di addetti (7% circa).

E' importante mettere in evidenza la differente specializzazione produttiva peculiare di ogni realtà territoriale toscana.

- Viareggio è caratterizzata da cantieri per la produzione di megayachts (60% della produzione nazionale), che hanno conquistato di fatto un marchio internazionale di qualità.
- Massa Carrara si distingue soprattutto per le produzioni complementari alla grande nautica, in particolar modo nel comparto degli accessori, avvantaggiandosi della vicinanza del polo viareggino in cui gli spazi per la nautica sono ormai saturi. Sono inoltre presenti sul territorio alcuni grandi cantieri come Fita-Maiora.
- Pisa si riscontra la presenza di cantieri specializzati nella la costruzione di grandi yachts e innumerevoli cantieri di piccole dimensioni, produttori di poche unità l'anno oppure produttori di accessori presenti quasi ovunque lungo la costa ma molto specializzati che producono anche per altri settori. A Pisa si trovano anche cantieri famosi come i Cantieri di Pisa, Rossi, Benetti Sea Division locato sul Canale dei Navicelli o altre divisioni di quelli viareggini. A Pisa, inoltre, è stato costituito il Consorzio Navicelli.
- Livorno ospita molti cantieri di piccole dimensioni che, oltre a produrre imbarcazioni per clienti locali (soprattutto per la pesca) fanno anche da terzisti dei cantieri maggiori. In provincia troviamo anche numerosi produttori di accessori, fra cui alcuni di importanza nazionale e qualche cantiere maggiore circondato dai suoi accessoristi/terzisti, oltre a numerose imprese di rimessaggio/riparazioni. La costa livornese, che ospita numerosi porti e porticcioli, non è distante dalle isole dell'Arcipelago Toscano.
- La provincia di Grosseto ospita anch'essa numerosi porti e porticcioli ed una natura estremamente attraente che costituiscono i punti di forza della sua offerta di turismo nautico. Dal punto di vista produttivo, sono da ricordare la produzione di gommoni ed un cantiere per la riparazione di yacht d'epoca. Molti sono, infine, i cantieri di piccole dimensioni che si sono dedicati al rimessaggio/riparazione.

Il quadro della nautica toscana suddivisa per comparto, riporta la seguente situazione. In Toscana, secondo un'indagine IRPET – Istituto Regionale per la Programmazione Economica della Toscana, le aziende configurabili come cantieri per il diporto sono 229. Esse si occupano di produzione di unità da diporto, di riparazione delle stesse o di entrambe le attività.

Secondo questa ricerca la maggioranza dei cantieri (135) costruisce barche fino a 12 metri di lunghezza, tipicamente richieste dal mercato locale. Una trentina di cantieri toscani produce unità di lunghezza compresa tra i 12 ed i 24 metri, mentre l'11% del campione (25 cantieri) realizza imbarcazioni di lunghezza compresa tra i 24 ed i 30 metri.

Infine, il 18% delle aziende censite da IRPET ha mezzi e maestranze per la realizzazione di imbarcazioni di lunghezza superiore a 30 metri (megayachts). Il parametro della lunghezza delle imbarcazioni costruite è un indice di specializzazione dei cantieri e quelli toscani appaiono da questo punto di vista molto specializzati.

Il maggior numero di cantieri nautici toscani, sia dal punto di vista quantitativo che qualitativo, si trova in provincia di Lucca; seguono poi le province di Livorno, Grosseto, Pisa e Massa Carrara. E' infatti in provincia di Lucca che si trovano la maggior parte dei cantieri che producono superyachts. In particolare a Viareggio sono ubicati le imprese più importanti a livello mondiale: Benetti, Ferretti, Rodriguez per i "motor yachts" e Perini per i "sailing yachts". Sono inoltre localizzati nell'area molti altri cantieri di ottimo livello: Codecasa, Antago, Falcon, CBI Navi, Riva (gruppo Ferretti), Navalía, Versilcraft, Italyachts.

Dal punto di vista della struttura organizzativa, la maggioranza dei cantieri intervistati da IRPET afferma di avere meno di 15 dipendenti, mentre solo il 7% del campione dichiara più di 50 dipendenti. Il 47% dei cantieri toscani censiti si occupa della costruzione dell'imbarcazione nel suo complesso, a partire dalla progettazione, passando per la costruzione dello scafo, fino ad arrivare all'allestimento. Anche se la maggioranza delle aziende (53%) continua a procurarsi gli scafo altrove, la presenza in Toscana di un buon numero di cantieri che riescono ad eseguire tutte le fasi produttive al loro interno, anche solo per piccole unità da diporto fino a 7 metri, denota uno spirito imprenditoriale ed industriale di buon livello.

Un altro dato interessante è quello legato al fatturato. Il 36% delle aziende di produzione/riparazione di imbarcazioni da diporto presenti in Toscana, dichiara che il proprio fatturato annuo non supera i 250 mila Euro. Il 19% delle imprese dichiara fatturati compresi tra 250 mila e 1,5 milioni di Euro; il 17% dichiara un fatturato fino a 5 milioni di Euro ed il 14% oltre i 5 milioni di Euro.

Per quanto riguarda il comparto della produzione di accessori per la nautica da diporto ci sono due gruppi fondamentali di imprese: i produttori di manufatti e i fornitori di servizi. In Toscana, secondo la ricerca IRPET operano 450 imprese di cui 234 pari al 52% si occupa di fornitura di servizi e 216, pari al 48%, di produzione di manufatti.

Gli ambiti dei produttori di manufatti del comparto accessori della nautica da diporto sono molteplici (ad esempio apparati per la comunicazione, strumentazioni di bordo, cartografia elettronica marina, ecc.) e la difficoltà maggiore è stata quella di identificare le imprese che lavorano principalmente per la nautica (cioè che dichiarano nella nautica da diporto più del 50% del fatturato), rispetto a quelle per le quali la nautica rappresenta una percentuale inferiore del fatturato, da momento che hanno il loro core business in altri settori.

Il maggior numero delle 216 imprese che producono manufatti per la nautica è localizzato in due province di Lucca e Livorno. Dal punto di vista della struttura organizzativa delle imprese, si evidenzia come il 67% del campione abbia dichiarato un numero di dipendenti inferiore a 15 unità. In particolare il 27,4% dichiara di non avere nessun dipendente ed il 33,7% di averne fino a 10.

Riguardo al fatturato, circa il 30% delle aziende dichiarano di rientrare in un fatturato medio annuo fino a 250 mila Euro. Complessivamente circa il 65% del campione analizzato dichiara fatturati fino a 1,5 milioni di Euro. Come per la "produzione di manufatti", anche per la "fornitura di servizi" gli ambiti di attività sono molto numerosi e non necessariamente hanno la nautica come settore principale di riferimento. Rientrano in questa categoria, ad esempio, il rimessaggio di imbarcazioni, l'assistenza meccanica, la riparazione di imbarcazioni e motori, la vendita e installazione di accessori, le scuole di vela e patenti nautiche ecc.

Le aziende che si occupano della fornitura di servizi sono distribuite in tutto il territorio regionale, ma si localizzano principalmente in provincia di Grosseto, che ospita il maggior numero di porti e porticcioli, quindi di posti barca, a seguire si riscontra la presenza di aziende nelle province di Lucca e Livorno.

Dal punto di vista della struttura organizzativa si evidenzia come l'85% delle 234 aziende censite dichiara di avere un numero di addetti inferiore a 5. Di questo 85%, il 35% è costituito da aziende che dichiarano di non averne nemmeno uno. Il fatturato medio annuo dichiarato dalle imprese fornitrici di servizi alla nautica, è per il 40% del campione inferiore o al più uguale a 250 mila Euro. In totale, circa il 70% delle aziende dichiara un fatturato inferiore a 1,5 milioni di Euro.

In Toscana lavorano nel comparto 109 aziende, impegnate soprattutto nella vendita e/o assistenza e riparazione dei motori marini. Le aziende che in Toscana si occupano di motori marini, si concentrano principalmente in provincia di Lucca, Grosseto e Livorno. Dal punto di vista della struttura organizzativa, il 48,9% delle aziende censite da IRPET arriva ad un massimo di 5 dipendenti ed il 12,8% di queste dichiara di non averne nessuno.

Le aziende toscane del comparto dei motori marini dichiarano per circa il 30% fatturati inferiori o uguali a 250 mila Euro. In totale oltre il 65% del campione ha fatturati che non arrivano a 1,5 milioni di Euro. Infine, in sintesi, si riporta per punti la lista delle caratteristiche della distribuzione territoriale della filiera toscana:

- ✓ La provincia di Lucca ospita il 37% delle unità locali toscane del comparto nella costruzione e riparazione di imbarcazioni da diporto, che per 74% si localizzano nel territorio del solo comune di Viareggio. Tale concentrazione si replica per il complesso delle unità locali manifatturiere della filiera, il 35% delle quali si colloca nella provincia di Lucca, che assume così un ruolo di primo piano non solo nella produzione di imbarcazioni, ma anche nelle fasi produttive a monte, quali la fabbricazione di componenti e accessori e nella produzione di beni intermedi per la nautica da diporto: si tratta di segnali di integrazione funzionale tra le unità locali della filiera che connotano il tessuto produttivo viareggino e lucchese con elementi di distrettualità.
- ✓ Il legame con gli altri sistemi produttivi toscani emerge comunque con riferimento ad alcuni segmenti della filiera a monte, quali la fabbricazione di mobili, che si localizza a Pisa con il 22% delle unità locali toscane, e i servizi alle imprese, per i quali assumono importanza le province di Firenze - che con il suo 19 milieu metropolitano offre il 21% dei servizi avanzati- e di Livorno, che anche grazie alla sua realtà portuale contribuisce per il 23% al complesso dei servizi alle imprese della Toscana riferibili alla nautica da diporto.
- ✓ La distribuzione territoriale delle unità locali delle fasi più a valle della filiera, maggiormente legate al rapporto con il consumatore-fruitori finale, risente dell'importanza della morfologia della costa e delle caratteristiche paesaggistiche del territorio. La preminenza delle province di Livorno e di Grosseto spicca nelle attività di noleggio di imbarcazioni da diporto ed altre attrezzature per la nautica (rispettivamente 34% e 17%), nei servizi alla persona, quali scuole nautiche, attività ricreative, sportive e turistiche (Livorno 30%, Grosseto 23%), e nel commercio al dettaglio (19% e 21%), anche per la capacità di intercettare una domanda dove giocano un ruolo rilevante i flussi turistici e diportistici verso l'Arcipelago toscano.

La nautica in Liguria

Dal punto di vista della distribuzione geografica la Liguria è al secondo posto per numero di aziende (si stima siano 1.300/1.500 in tutto il territorio), mentre è al quarto posto per numero di addetti (2.400/3.000 stimati). È possibile notare come sul territorio sia presente una percentuale di aziende quasi doppia rispetto alla percentuale del numero di addetti, a testimonianza della minor diffusione di imprese a carattere industriale. Anche nel comparto delle imprese che producono o importano accessori nautici la Liguria occupa il secondo posto sia per numero di aziende che per numero di addetti, dietro la Lombardia.

Infatti la Liguria è al primo posto in Italia per numero di imbarcazioni immatricolate e numero di posti barca ed è al terzo posto per numero d'infrastrutture portuali, nonostante la lunghezza del suo litorale sia ridotto rispetto ad altre regioni. In Liguria la maggior parte dei posti barca è destinato a imbarcazioni di piccole dimensioni (oltre l'80% dei posti barca complessivi), contro una media nazionale del 30% circa, mentre la disponibilità dei posti barca per mega yacht è di poco più dell'1%.

In Liguria sono presenti 49 infrastrutture con posti barca per il diportismo, di cui 9 porti turistici, a cui si affiancano molteplici altre strutture quali porti commerciali, porti canali, darsene, approdi, ecc.

L'accoglienza diportistica al transito è un segmento di attività poco sviluppato nei porti turistici liguri. L'offerta al transito è sostanzialmente riconducibile alla quota di posti presenti nelle strutture portuali turistiche che la legislazione destina al transito delle imbarcazioni da diporto. Le potenzialità in questo segmento d'offerta sono notevoli, a fronte del crescente numero di imbarcazioni da diporto che transitano nel Tirreno partendo dai porti turistici toscani e liguri. Si tratta, inoltre, di una tipologia d'offerta fortemente sinergica con le altre tipologie d'offerta nautico/diportistica e, soprattutto, con il recupero del ruolo turistico/ricreativo specifico delle borgate marinare storiche.

Nel comparto della cantieristica della Regione Liguria sono presenti tutte le attività della filiera, dalla progettazione alla produzione. Relativamente all'industria nautica nel suo complesso la Liguria si colloca al secondo posto fra le regioni italiane come numero di aziende (14% del totale), mentre in termini di addetti solamente al quinto posto con il 8% del totale, connotandosi quindi come un comparto caratterizzato dalla presenza di molteplici piccole imprese.

Per quanto concerne al comparto specifico delle unità da diporto i dati collocano la Liguria al sesto posto in termini di numero di imprese (7% del totale) e all'ottavo posto in termini di numero di addetti (3.9% del totale).

Nel comparto degli accessori e componenti la Liguria recupera posizioni collocandosi al secondo posto come numero di imprese (19,8%) dopo la Lombardia, e al terzo posto come numero di addetti (14%).

Riguardo all'industria nautica nel suo complesso la Liguria si caratterizza per una forte presenza di piccole imprese.

Nel comparto della cantieristica della Regione Liguria, sono presenti tutte le attività della filiera, dalla progettazione alla produzione.

Nel 2010 rispetto al 2009 la variazione positiva delle aziende attive nella cantieristica è stata di +0,4%.

I principali poli della nautica da diporto sono in provincia di Genova, in provincia di Savona e in provincia della Spezia. In particolare, in provincia di La Spezia sono localizzati diverse attività produttive note sia a livello nazionale che internazionale soprattutto per la produzione di grandi yacht, come i Cantieri di Baglietto, Sanlorenzo e Riva (Gruppo Ferretti).

I cantieri liguri sono specializzati nella costruzione d'imbarcazioni da diporto distinguendosi per l'alto livello qualitativo delle lavorazioni e per la maestria degli artigiani che si è tramandata nel tempo.

Negli ultimi anni con il crescere dell'importanza del segmento dei super yacht, i più grandi cantieri si sono mossi in tale direzione ad esempio i Cantieri Baglietto, Admiral e Mondomarine, con la recente nascita dei cantieri Tankoa Yachts S.p.a. a Sestri Ponente (Genova).

La nautica in Sardegna

Sull'isola sono presenti 88 strutture destinate all'ormeggio di unità da diporto, numero che colloca la Sardegna al secondo posto tra le regioni italiane dopo la Sicilia, per complessivi 20.639 posti barca (leader nazionale la Liguria con oltre 22.000 posti barca). Il 43% di questi posti barca sono localizzati in poli turistici (in Emilia Romagna l'81%), il 27% in approdi turistici e il restante 30% in punti di ormeggio. La regione conquista il primo posto nella graduatoria delle regioni limitatamente alle imbarcazioni superiori ai 24 mt di lunghezza (il 15% dei posti barca contro una media nazionale del 3,3%), mentre si colloca in ultima posizione per numero di posti barca destinati ad imbarcazioni con lunghezza inferiore a 10,5 mt.

Un'analisi più attenta dei dati mette in risalto alcune criticità che caratterizzano il comparto della portualità, in particolare:

- l'offerta complessiva di posti barca è di gran lunga superiore alla domanda interna regionale, il che vuol dire che la domanda è composta prevalentemente da imbarcazioni provenienti da altre regioni e/o nazioni;
- si registrano problemi di concentrazione territoriale e stagionale della domanda. Rispetto al primo punto la dislocazione geografica dei principali punti di accesso all'isola (Cagliari, Alghero, Olbia, Porto Torres), da cui si diramano anche i principali collegamenti viari dell'isola, rendono super occupate le strutture portuali ubicate nelle vicinanze dei poli di accesso all'isola (in particolare nel Nord della Sardegna) e sotto occupate quelle più lontane. Inoltre, vi è una forte concentrazione stagionale della domanda di portualità, anche in questo caso concentrata nel Nord della Sardegna: si stima che nel mese di agosto i porti di Santa Teresa, Palau e Porto Rotondo arrivano a rifiutare fino a 50 barche al giorno.
- l'assenza di un coordinamento del sistema portuale a livello regionale fa in modo che l'eccedenza della domanda (stimata in 7000 presenze giornaliere nel mese di agosto) non possa essere dirottata verso altri porti dell'isola meno affollati; ciò determina o un dirottamento della domanda non soddisfatta verso i porti della Corsica o, l'affollamento delle rade portuali, con parecchie imbarcazioni che scaricano frequentemente acque reflue o rifiuti vicino alla costa, comportamento che, in assenza di idonee apparecchiature di raccolta, produce un aumento dei livelli di inquinamento del mare;
- una sbilanciata distribuzione dei servizi presenti direttamente nelle strutture portuali (assistenza, antinquinamento, etc), così come quelli collegati alle strutture portuali (cantieristica, etc.) tra la Sardegna Nord-orientale e quella Meridionale: questo fenomeno dipende anche dall'assenza di uno standard minimo di servizio imposto ai singoli gestori;
- l'assistenza a barche di dimensioni superiori ai 60 mt. è possibile solo in alcuni porti della Costa Smeralda, assistenza che presuppone elevati standard di servizio e una adeguata presenza di infrastrutture. L'armatoria delle grandi barche percepisce la quasi totalità dei porti sardi come inadeguati ad accogliere barche di grandi dimensioni.

La situazione attuale vede pochissimi operatori nel settore della produzione di imbarcazioni con proprio marchio e le specializzazioni interessano imbarcazioni da diporto, compresi i battelli pneumatici, di piccola e media dimensione con scafi in vetroresina.

Esistono anche piccole imprese, che producono per conto terzi, specializzate nella laminazione in vetroresina sia per la realizzazione di accessori sia per la produzione di semilavorati.

Prevale la dimensione artigianale delle imprese con fatturati che difficilmente superano il milione di euro l'anno.

Per la nautica da diporto il settore del rimessaggio sardo ha finora operato quasi esclusivamente su imbarcazioni di piccole dimensioni, salvo qualche eccezione nel nord est dell'isola, in particolare Olbia e Porto Cervo.

Il crescente sviluppo a livello globale del settore nautico, impone una strategia fondata su:

- l'individuazione di precisi segmenti di mercato su cui inserirsi con produzioni di alto contenuto tecnologico;
- investimenti in marketing e promozione sia sui mercati nazionali che su quelli esteri;
- l'adozione di processi produttivi tecnologicamente avanzati e competitivi;
- un massiccio investimento nelle risorse umane, sia a livello dirigenziale che di quadri intermedi e in relazione a specifiche professionalità.

Tali obiettivi potranno essere raggiunti solo se si darà spazio allo sviluppo della ricerca e dell'engineering, questo ultimo inteso come capacità progettuali e conoscenza delle normative e sviluppo delle attività di procurement (maggiori capacità nelle operazioni di acquisto, sollecito e controllo dei prodotti finiti e semilavorati). Il tutto sarà reso possibile se si troveranno adeguate risorse finanziarie necessarie agli investimenti.

La nautica in Corsica

La filiera della nautica in Corsica presenta un alto indice di specializzazione nel segmento della "portualità turistica" (gestione del porto, rimessaggio, etc.). I porti dell'isola sono 19 e ci sono circa una ventina di approdi per un litorale di 1.000 km. Molto ingenti sono i flussi degli arrivi e delle presenze dei natanti nell'Isola grazie alla sua posizione strategica nel Tirreno ed alle possibilità di effettuare turismo nautico a vari livelli.

Essendo fortemente legata al settore turistico, la portualità in Corsica segue un andamento stagionale, per cui molte delle attività di servizio nell'inverno sono inattive.

Negli ultimi tempi però si è assistito ad un allungamento della stagionalità ed alcune imprese della cantieristica, anche grazie a politiche nazionali ad hoc, hanno scelto di restare attive per tutto il corso dell'anno.

L'analisi della filiera della nautica nella regione Corsica presenta il seguente quadro:

- il segmento della "cantieristica" rappresenta un'attività legata soprattutto alla riparazione/manutenzione e alla costruzioni di piccole imbarcazioni,
- un altro segmento è rappresentato dalle attività di servizi complementari: compra/vendita, affitto, formazione, etc.,
- secondo il Piano strategico del settore (e studi successivi), lo sviluppo della filiera della nautica deve basarsi su un approccio globale che metta in sinergia i diversi attori, la programmazione e la definizione di obiettivi specifici (infrastrutture e servizi portuali o comunque legati alla nautica),
- il Piano pone una particolare attenzione per quanto riguarda la formazione, considerata fattore di modernizzazione del tessuto imprenditoriale e uno dei quattro Assi sui quali si svilupperà il settore della nautica della Corsica.

CAPITOLO 2

Paese estero obiettivo individuato tra quelli emergenti (Brasile), analisi del settore nautico e in particolare delle realtà produttive italiane già operanti con la relativa filiera.

La crisi economico-finanziaria degli ultimi anni, che si è andata a configurare come recessione globale nei Paesi occidentali industrializzati, ha colpito sostanzialmente tutti i settori economico-produttivi, investendo produzione, redditi, scambi e consumi. Il settore della nautica nel suo complesso è stato colpito dalla crisi in una fase di sostanziale espansione o comunque positiva, considerando anche i forti scarti temporali tra la partenza degli ordinativi e la consegna delle imbarcazioni.

Essendo la nautica un segmento di consumo delle fasce di reddito più alte, il mercato del settore ha inoltre seguito le dinamiche relative alla distribuzione della ricchezza in queste fasce, che hanno visto un ulteriore aumento delle disponibilità di pochi grandi finanziari e una relativa difficoltà in altri segmenti di maggiore esposizione al mercato. Analogamente, in considerazione delle modificazioni nei mercati mondiali, con una sostanziale stagnazione dell'economia dei Paesi maturi ed una dinamica di forte crescita negli "emergenti" (in particolare nei cosiddetti Brics, ovvero Brasile, Russia, India, Cina, Sud Africa), si assiste ad un importante spostamento territoriale nella composizione della domanda, almeno nel medio periodo, che potrebbe privilegiare i sistemi e le imprese di altri Paesi concorrenti.

Questo ha spinto e spinge i principali costruttori di unità da diporto all'internazionalizzazione verso i paesi emergenti ed infatti, già a partire dal 2008, alcune imprese operanti nel settore hanno localizzato l'attività produttiva nei paesi emergenti (tra questi, principalmente in Turchia e Brasile).

Oltre alla naturale prossimità al mercato di sbocco, altri aspetti che influiscono nelle scelte strategiche e localizzative delle aziende del settore, sono i minori costi di produzione, le maggiori agevolazioni fiscali (detassazione degli utili per alcuni anni) e nel caso specifico del Brasile, il vantaggio dell'eliminazione dei dazi sulle importazioni. Per queste motivazioni, si è ritenuto interessante analizzare più dettagliatamente il caso specifico del Brasile.

Motivazioni per puntare sul Brasile

Il report finanziario del Fondo Monetario Internazionale "World Economic Outlook Database" aggiornato a settembre 2011, indica una crescita ulteriore del PIL nominale brasiliano nel 2010 (US\$ 2.090 miliardi, +7.5% rispetto al 2009) e stime di aumento costante fino al 2016.

A gennaio 2012, il ministro delle finanze brasiliano Guido Mantega ha annunciato che il Brasile ha raggiunto la posizione di sesta economia mondiale, concludendo il 2011 con un PIL pari a US\$ 2.440 miliardi, segnando un aumento di oltre il 3%. Per il 2012 Mantega aveva annunciato una stima di crescita del 4,7%, superiore alla precedente previsione di +4% del Fondo Monetario Internazionale "World Economic Outlook Database" aggiornato a settembre 2011. Mantega ha ulteriormente precisato che la crisi internazionale ha avuto un impatto tra 0,5 e 1 punto percentuale sul PIL brasiliano, prevalentemente a causa del calo della domanda esterna.

Il Brasile è inoltre il quinto maggior paese al Mondo per estensione. 8,5 milioni di Km², più di 28 volte l'Italia 301.318 Km² e due volte e mezzo l'Unione Europea.

Le sue risorse naturali del Brasile sono inestimabili. Oltre al legname pregiato delle foreste il paese dispone di savane erbose adatte al pascolo e di suoli fertilissimi. Ma il settore più redditizio è quello delle risorse energetiche e minerarie. Il Brasile è infatti il secondo produttore mondiale di ferro, il quarto di bauxite e stagno e possiede notevoli riserve di zinco, nichel oro e pietre preziose. Tra le materie prime energetiche vi è carenza solo di carbone, mentre è rilevante la produzione di petrolio. Il potenziale idroelettrico è enorme, anche se non ancora molto sfruttato. È un paese democratico, pacifico e multirazziale. È considerato a basso rischio paese infatti nel rapporto di Agosto 2011, SACE colloca il Brasile nella bassa fascia di rischio: Low 3 con outlook stabile. Il report è il risultato di un'analisi approfondita della situazione politica, economica, finanziaria ed operativa complessiva, il cui risultato premia la stabilità del sistema bancario e del mercato finanziario brasiliano, così come le manovre politiche sia interne che internazionali.

Per elevarsi ad essere una vera potenza economica, il Brasile ha grande necessità di ammodernamento. Ha bisogno di strade, rete ferroviarie, porti, aeroporti e infrastrutture in genere, costruzioni civili e industriali. Non a caso il Governo federale sta destinando fondi ingenti allo sviluppo infrastrutturale (PAC – Programma

di Accelerazione della Crescita). In tale ambito, l'innovazione, la tecnologia, l'automazione industriale e il know how in genere del tessuto imprenditoriale europeo possono essere di grande aiuto. Sono suoi i 3/5 della produzione industriale dell'economia sudamericana. È la piattaforma ideale per servire i mercati dei paesi limitrofi.

Valutazione del mercato nautico in Brasile

In generale, l'industria nautica brasiliana presenta oggi progetti milionari di investimento, commesse per centinaia di imbarcazioni, cantieri navali nascenti ed in espansione.

Attualmente, il Brasile detiene il quinto maggior portafoglio del mondo per navi in generale e il quarto per le sole petroliere.

Secondo il Sindacato Nazionale dell'Industria della Costruzione e Riparazione Navale - Sinaval - le commesse assegnate ai cantieri navali brasiliani, riguardanti navi, piattaforme e componenti, totalizzano un valore di circa 12 miliardi di reais (circa 6,6 miliardi di dollari).

Esistono, tuttavia, ancora molti ostacoli da superare prima che il settore risulti competitivo a livello globale: sono infatti necessari una maggiore qualificazione della manodopera, l'introduzione dell'utilizzo delle tecnologie più avanzate, una catena nazionale di fornitori di componenti navali e una netta riduzione dei costi.

Secondo i dati forniti dall'Associazione locale ACOBAR esistono in Brasile 180.000 barche, di cui 53 mila imbarcazioni al di sopra dei 14 piedi (4,2 metri), costruite in fibra, acciaio, o alluminio, divise come segue:

- L'80% (circa 42.400) fra 4 e 10 metri (14 a 32 piedi)
- Il 18% (circa 9.540) maggiori di 10 metri, o 32 piedi,
- Il 2% (circa 1000) molto grandi o yacht,
- fra queste, quasi 8.000, o 15%, sono barche a vela di lunghezza superiore ai 4,2 metri.
- Per quanto concerne le imbarcazioni di dimensione inferiore ai 14 piedi, si stima che siano fra le 450 e le 500 mila unità, in prevalenza modelli d'alluminio. Le Capitanerie dei porti brasiliani registrano ancora altre 100 mila imbarcazioni di tutti i tipi, come golette, barche da pesca professionale, traghetti, imbarcazioni da trasporto passeggeri e da carico, ecc., per un totale di oltre 650.000 unità.

L'industria della nautica diporto è un settore costituito, nella sua maggior parte, da piccole e medie imprese localizzate particolarmente nelle Regioni Sud e Sudest del Paese. Una delle loro principali caratteristiche è l'uso intensivo della mano d'opera, grazie alla produzione quasi artigianale, producendo circa 7,4 mila impieghi diretti e indiretti, per ogni mille imbarcazioni costruite, che tengono conto anche di fornitori dei materiali e servizi, produzione di motori, negozi, club e marine, corsi, manutenzione, turismo, eventi, ecc.

La costa brasiliana si prolunga per 7.408 chilometri con 2.045 spiagge, molte delle quali deserte e distanti dai grandi centri urbani. Lungo questo vasto litorale, si stende una fascia marittima di dodici miglia di larghezza, denominata Mare territoriale e soggetta alla sovranità del Brasile, allo stesso modo, se si considera tutto il litorale (200 miglia), partendo dalla linea della costa, si estende la così detta Zona Economica Esclusiva, sulla quale il paese non esercita sovranità, ma ha il diritto esclusivo sulle risorse economiche esistenti del mare, del suolo o del sottosuolo marino.

Il Brasile è molto ricco anche delle così dette "Acque interne", con più di 40.000 chilometri quadrati di laghi, chiuse e fiumi navigabili, molto utilizzati dalle barche da diporto. La capitale del Brasile, Brasilia, è un esempio di quest'importanza. Con la sua attività nautica concentrata nel Lago Paranoá, con 40 Km² d'area, è il terzo principale polo nautico del paese. È in questo segmento che è concentrata la maggiore crescita del settore nautico del Brasile.

Il numero di cantieri nazionali è abbastanza alto e l'offerta delle imbarcazioni molto diversificata. Un ulteriore fattore che influisce su settore è la stagionalità, infatti sebbene il clima brasiliano permetta una navigazione durante l'arco dell'anno, il movimento nautico è più concentrato nei mesi estivi, dicembre, gennaio e febbraio, che corrispondono alle vacanze estive e scolastiche del Paese. In questo periodo le vendite crescono ed il mercato nautico diventa più intenso.

Di seguito, sono riportati i principali Poli nautici del Brasile suddivisi in due categorie:

Principali Poli Nautici Costieri - I due maggiori poli nautici costieri nel Brasile sono costituiti dagli stati di São Paulo e Rio de Janeiro. Dal Sud al Nord i principali poli costieri sono:

Stato	Città
Rio Grande do Sul	Porto Alegre.
Santa Catarina	Florianópolis, Porto Belo e São Francisco do Sul.
Paraná	Caioabá e Paranaguá.
São Paulo	Cananéia, Iguape, Itanhaém, São Vicente, Santos, Guarujá, Bertioga, Barra do Una, São Sebastião, Ilhabela e Ubatuba.
Rio de Janeiro	Parati, Angra dos Reis, Itacuruçá, Rio de Janeiro, Niterói, Cabo Frio, Búzios e Macaé.
Espírito Santo	Guarapari e Vitória.
Bahia	Salvador.
Alagoas	Maceió.
Pernambuco	Recife.
Paraíba	João Pessoa
Rio Grande do Norte	Natal
Ceará	Fortaleza

Principali Poli Nautici Interni - I 3 maggior poli nautici in acque interne del Brasile sono gli Stati di São Paulo e Minas Gerais, dovuto alle sue grandi quantità di chiuse e Brasília, nel Distretto Federale, per la presenza del Lago Paranoá, centro di diporto con 40 kmq.

Stato	Città
São Paulo	Tutti Regioni
Minas Gerais	Tutti Regioni
Distrito Federal	Brasília
Pará	Belém
Amazonas	Manaus
São Paulo	Tutti Regioni

Dal 2009 il segmento delle imbarcazioni di lusso è caratterizzato da sostenuti livelli di crescita, con cifre nell'intorno del 15% l'anno.

Per il 2011 prevista addirittura una crescita del 25% (200 imbarcazioni km zero), dal momento che nell'ultimo Boat Show organizzato a Rio de Janeiro (nel maggio scorso) si è generato un volume d'affari pari a 250 milioni di dollari, contro un'aspettativa già alta di 180 milioni.

Questa cifra rappresenta più del 40% di quanto realizzato, secondo l'Acobar, dall'intero segmento nel 2010, ovvero 600 milioni di dollari. Protagoniste sono le imbarcazioni da diporto luxury, al di sopra dei 40 piedi (12 metri circa) e con una fascia di prezzo al di sopra del milione di dollari, la cui domanda sembra mostrare trend più che positivi che i soli cantieri navali nazionali non riescono a soddisfare.

Questa congiuntura, definita da un lato da un numero sempre maggiore di brasiliani milionari, tra l'altro sempre più consapevoli delle differenze in termini di qualità e design, e dall'altro da uno scenario di crisi generalizzato in Europa e negli Stati Uniti, apre le porte per i grandi produttori esteri, primi fra tutti quelli italiani.

Struttura nautica nazionale

Nel secondo trimestre del 2011, secondo la Sinaval, 278 unità (imbarcazioni di vario genere, petroliere, piattaforme, scafi, ecc..) erano in corso d'opera, per un totale di 6,24 milioni di tonnellate di portata lorda.

Il settore impiega direttamente oltre 56 mila persone, la maggior parte nello Stato di Rio de Janeiro (43%), seguito dal Pernambuco (22%) e dall'Amazzonia (13%).

Tuttavia è del Pernambuco la leadership (quasi il 50% del totale) per quanto riguarda le commesse di costruzione in corso d'opera, con 3,07 milioni di tonnellate di portata lorda.

Secondo gli ultimi dati della ACOBAR, ci sono nel mercato nautico approssimativamente:

- 151 cantieri (motore, vela, battelli);
- 257 fabbricanti di accessori;
- 654 marine, yacht club e rimessaggi;
- 1.247 operatori subacquei ;
- 1.518 negozi nautici, brokers e operatori di turismo nautico;
- 1.242 officine e negozi di accessori e componenti.

Le principali strutture nautiche si localizzano nella costa degli Stati del Rio de Janeiro e São Paulo, nella fascia che va da Cabo Frio – RJ fino a Itanhaém – SP, dove si crede sia concentrato il 70% del mercato nautico brasiliano. Un'altra regione che presenta un enorme sviluppo si localizza nel sud del Paese, negli Stati del Paraná, Santa Catarina (principalmente) e Rio Grande do Sul, nella fascia che va dal porto di Paranaguá – PR a Porto Alegre – RS.

Anche se ci sono molti cantieri nautici operanti nel mercato, il numero delle marine è ancora molto piccolo e si ritiene che questo sia uno dei fattori di ostacolo alla crescita del settore.

Rimessaggi Nautici: sono le strutture nautiche più diffuse, soprattutto sulla costa brasiliana. Sono strutture semplici per la custodia delle imbarcazioni fino a 40 piedi, nei rimessaggi più grandi, e fino ai 20 piedi, in quelli minori. L'offerta dei servizi é molto diversificata: dalla semplice custodia delle barche fino alla manutenzione meccanica, lavaggio, riparazioni. Per ragioni commerciali molti rimessaggi portano il nome delle marine, il che può causare confusione. I prezzi per la custodia di un'imbarcazione oscillano fra US\$ 6.00 e US\$ 10.00 per piedi, in alcuni casi includono la discesa dalla rampa. Con US\$ 90.00 mensili addizionali si può contrattare un lavaggio settimanale e la manutenzione regolare del motore.

In acque riparate, specialmente nelle chiuse, questo tipo di strutture nautiche inizia ad organizzarsi e sono già presenti alcuni rimessaggi molto ben equipaggiati, con posti coperti, servizi, rampe ed equipaggiamenti, specialmente negli Stati di São Paulo e Minas Gerais. Un rimessaggio con queste caratteristiche è la Marina Tamoios, situata nella Chiusa del Paraibuna, in São Paulo.

Club nautici: più conosciuti come Yacht Club, sono i precursori dell'offerta di una struttura nautica per la custodia delle imbarcazioni. I primi furono fondati dell'inizio degli anni 20 dagli immigranti stranieri, specialmente italiani, inglesi e tedeschi, ai margini delle chiuse prossime alle grandi città, come la Chiusa di Guarapiranga in São Paulo, sono specializzati nella vela sportiva. L'enorme chiusa artificiale di 34 kmq creata nel 1906 per fornire acqua alle centrali idroelettriche della città di São Paulo oggi accoglie più di 12 Yacht Club, numerose scuole nautiche, ecc. Si calcola che ci siano più di 4.500 barche presenti nella chiusa, in particolare l'80% dei velieri.

Si tratta di club esclusivi per soci, i cui titoli possono essere acquistati con circa US\$ 2 mila. Per la custodia delle imbarcazioni, i club riscuotono dai soci in media US\$ 24.00/mese per un'imbarcazione di 16 piedi.

Marine: si possono classificare come marine quelle strutture che offrono un servizi ed strutture necessarie alle imbarcazioni come rampe d'accesso, rimorchi natanti, fork lifts, travel lifts, posti a secco e coperti, manutenzione, rifornimento, approvvigionamento ecc. Questo tipo di struttura ha iniziato ad apparire sul mercato negli ultimi 20 anni. Il loro sviluppo è direttamente legato a quello del settore nautico ed al numero delle barche nel Paese, in Brasile, ci si attende lo stesso comportamento del mercato, basandosi sul fatto che quanto maggior e migliore risulta essere la struttura nautica, tanto maggiore sarà l'aumento del mercato. I prezzi richiesti variano in funzione della localizzazione e della struttura. Ad esempio, marine localizzate nel litorale a sud di São Paulo, come nella città di Itanhaém, sono il 50% più economiche di quelle localizzate nel litorale nord dello Stato che sono maggiormente frequentate e valorizzate.

In una marina di buon livello, un posto barca per imbarcazioni fino ai 40 piedi, costa circa di US\$ 400 mensile. Per un veliero in questa fascia fino US\$ 530 mensili.

I posti a secco costano in media:

- Fino a 24 piedi = US\$ 250 mensili
- Di 25 a 30 piedi = US\$ 400 mensili
- Di 41 a 50 piedi = da US\$ 1.100 a US\$ 1.400 mensili
- Di 100 a 149 piedi = US\$ 4.800 mensili

In queste marine il lavaggio di un'imbarcazione di lunghezza compresa tra i 29 e i 32 piedi costa fra US\$ 50 e US\$ 60.

La maggior parte di queste marine più strutturate, si localizzano nelle Regioni Sud e Sudest del Paese negli Stati del Rio de Janeiro, São Paulo, Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul, in una fascia che va da Cabo Frio – RJ a Porto Alegre – RS.

VALUTAZIONE DEL MERCATO, PER SEGMENTO ESAMINATO

Il mercato nautico brasiliano offre un'offerta molto varia. I prezzi rilevati si basano sui listini ufficiali dei Produttori e Distributori, e non includono accessori speciali e motorizzazione.

Di seguito è riportata un'overview dei diversi segmenti.

Motoscafi cabinati con doppio comando (fly bridge)

Questo segmento rappresenta il più grande volume in termini di fatturato del mercato, con una produzione circa di 150 a 200 motoscafi l'anno. È dominato da tre cantieri nautici, che sono anche i 3 leader del mercato in termini di fatturato.

INTERMARINE: è il leader del mercato in termini di fatturato e fino al 2010 aveva un accordo per la produzione di alcuni modelli sotto la licenza del cantiere nautico italiano **AZIMUT** (per maggiori dettagli su AZIMUT si ved pagina 61). Tutte le imbarcazioni sono laminate in Brasile mentre sono importati i kit di rifinitura e gli accessori. Si stima che produca fra 60 a 70 imbarcazioni/anno e i suoi cantieri nautici sono localizzati presso la Grande São Paulo, nella città di Osasco.

SCHAEFER: Cantiere nautico con sede nel sud del Paese, nella regione di Florianópolis – Santa Catarina, nel mercato dal 1989, è considerato uno dei maggior cantieri del Brasile con capacità di produzione, si colloca al terzo nel mercato in termini di fatturato ed risulta leader in numero di unità nel segmento dei grandi motoscafi. Esporta per l'Italia, Spagna e Svezia. Produce fra 250 e 350 imbarcazioni l'anno a firma di Phantom e è in forte crescita. Sta progettando la costruzione di un nuovo cantiere con sbocco sul mare, che consentirà la produzione di modelli più grandi di 47 piedi. Il cantiere nautico, nel segmento fra 24 e 45 piedi (8 e 15 metri), ha conquistato quasi il 50% del mercato nel 2004, producendo 230 dai 450 motoscafi venduti in quell'anno.

SPIRIT YACHTS: Il secondo sul mercato in termini di fatturato, nel 2010 aveva stipulato un accordo per la produzione di alcuni modelli sotto la licenza del cantiere nautico italiano **FERRETTI** (che successivamente ha acquistato SPIRIT rinominandola Ferretti Brazil vedi pag 61) e dalla sua associata **PERSHING**. Tutte le imbarcazioni erano laminate in Brasile, importando il kit di rifinitura e accessori della Ferretti. Si stima che produca circa da 30 a 40 imbarcazioni/anno, con focus sui modelli grandi e lussuosi. I suoi cantieri nautici sono localizzati presso la Grande São Paulo, nella città di Barueri.

Motoscafi sportivi

Questo segmento è piccolo e può essere diviso in due tipi:

Motoscafi Off Shore: Questo è un segmento molto ristretto che si sta progressivamente riducendo, è prodotto dai cantieri nautici Intermarine e Ferretti Brazil.

Motoscafi Sportivi: i modelli sportivi più piccoli hanno prezzi più accessibili, pertanto questa parte del segmento sta crescendo e guadagnando acquirenti. Un cantiere che si sta mettendo in risalto è il Real Power Boats, uno dei più grandi cantieri nautici del mercato e probabilmente al quarto nel settore in termini di fatturato, offrendo 4 modelli sportivi.

Si stima che siano commercializzate circa 50 motoscafi sportivi l'anno.

Motoscafi destinati alla pesca ed immersione

Lo sport della pesca è molto diffuso nella cultura dei brasiliani, e per questo vi è molta offerta d'imbarcazioni dedicate o adattate specialmente per questo scopo. Nella fascia sopra ai 5 metri (15 piedi) il mercato si concentra nei modelli fra 5 e 9 metri (15 – 27 piedi) ed la leadership è divisa fra i cantieri nautici:

Fishing – Specializzato in barche da pesca ed è uno dei leader, specialmente per modelli minori. Esporta per l'Italia, Francia e Stati Uniti. Appartiene allo stesso gruppo della Hobie Cat, produttore di imbarcazioni a vela. I suoi cantieri nautici sono installati a São Paulo.

Rio Star – Installato a Rio de Janeiro dal 1987, è specializzato nelle barche da pesca di 25 a 85 piedi.

Si stima che commercializzi, in questa fascia, circa 250 a 300 imbarcazioni l'anno.

Nella fascia sotto ai 5 metri, si incontrano specialmente barche aperte prodotte principalmente in alluminio ed equipaggiate con motori a poppa. Questi modelli minori sono molto utilizzati nei fiumi, laghi e chiuse (acque interne).

Motoscafi aperti da diporto diurno

Questo è il segmento di maggior volume fra i motoscafi dove si riscontra la maggior varietà di modelli, misure e fasce di prezzo. Le misure più ricercate nel mercato sono quelle di 22 – 23 piedi, o meno di 7 metri, ed anche i più indicati per chi vuole comprare la sua prima barca a motore. La maggior parte dei modelli ha una prua aperta ed alcuni offrono una piccola cabina.

Si stima che siano costruiti a 800 a 1.000 motoscafi a prua aperta l'anno ed il **cantiere Fibrafort** è il leader di questo segmento, il più grande produttore di motoscafi di fibra di vetro nel paese ed anche il quinto cantiere nautico in termini di fatturato. Produce tra le 500 e le 600 imbarcazioni l'anno, nei modelli fino ai 25 piedi (7,5 metri), a prua aperta (la maggior parte) e chiusa. Il suo cantiere nautico è localizzato ad Itajaí – SC, nel sud del Paese e la sua linea Focker è molto conosciuta nel settore.

Il secondo posto di questo segmento è diviso fra i cantieri nautici:

Real Power Boats, che produce modelli da 19 a 46 piedi (da 5,7 a 13,8 metri). Nel mercato dal 1986, ha sede a Rio de Janeiro, ha già prodotto più di 6 mila barche. Sta crescendo nel segmento delle barche più grandi. Il suo proprietario – Sr. Paulo Sergio Renha, é l'attuale presidente dell'Acobar – la principale associazione del settore.

Ventura, produce 4 modelli aperti. Ha sede in Minas Gerais.

Il maggior produttore di barche di alluminio del Paese è il **Levefort**, da 45 anni nel mercato.

Motoscafi cabinati da diporto diurno

Segmento minore di quello a prua aperta che tuttavia sta crescendo nella preferenza del consumatore che inizia a cercare modelli più grandi o più raffinati. Imbarcazioni molto ricercate da questa tipologia di acquirente sono quelle con una misura di 22 piedi (6,6 metri). Si stima che siano vendute da 200 a 400 motoscafi di questo tipo annualmente.

I motoscafi più venduti sono quelli con una lunghezza di 27 – 30 piedi (8 – 9 metri) ed il leader di questo segmento in termini di fatturato è il cantiere **Schaefer**.

Fra i produttori, il più grande cantiere nautico è l'**Inace** – Indústria Naval do Ceará S.A., nel mercato dal 1969, che produce imbarcazioni d'acciaio di diversi tipi e misure, incluse quelle ad uso militare. Si occupa anche di refitting. Esporta per l'Italia, Stati Uniti, Canada, Germania e Africa. Il suo cantiere ha sede nello Stato del Ceará, nella regione del nordest del Brasile.

Un'altro grande cantiere nautico che opera in questo segmento è il **MCP Yachts**, specializzato in barche di alluminio, incluso quelle ad uso militare. È un grande produttore di traghetti e yachts. I suoi Trawlers della serie GFT (Global Fast Trawlers) raggiungono una velocità fino ai 27 nodi, una caratteristica poco comune in questo tipo di imbarcazione. Il suo cantiere ha sede nella città di Santos, in São Paulo, con capacità di produrre fino a 2 Trawlers l'anno.

Barche a vela

Questo è un segmento che sta crescendo sopra la media del settore a causa principalmente dei risultati dei gruppi brasiliani di vela in gare internazionali. Il Brasile partecipa anche alla regata Volvo Ocean Race, con il veliero Brasil 1 ed inoltre ci sono molti eventi nazionali, come la Regata Eldorado Brasilis che incentivano questo tipo di sport. Questi eventi nazionali ed internazionali hanno fatto crescere molto la visibilità della vela a livello di mass media, mettendo il pubblico a contatto con questi tipi di imbarcazioni.

Secondo la Federazione Brasiliana di Vela e Motori, ci sono oggi circa 2,5 milioni di brasiliani che praticano il sailing a vela. Di questi, il 75% sono uomini, nella fascia fra i 20 ed i 35 anni.

All'interno del segmento, le imbarcazioni più vendute sono quelle con una lunghezza nella fascia compresa tra i 5 metri e i 12 metri. Si crede che siano prodotte approssimativamente tra le 300 e le 400 barche a vela annualmente ed la leadership appartiene al cantiere **Delta Yachts**, che si trova nel mercato dal 1989 e ha prodotto più di 300 imbarcazioni.

La grande quantità di Yacht Club presenti su chiuse e laghi hanno contribuito a far crescere il settore, offrendo corsi e noleggi di barche per i principianti. Molti di questi club sono antichi e tradizionali (fondati da immigranti europei all'inizio del XX secolo) e sono localizzati in prossimità delle grandi città, il che ne

agevola l'accesso. La Chiusa di Guarapiranga, in São Paulo – SP, ne è un buon esempio, con 4.500 barche con sede nei suoi dintorni, ovvero l'80%.

Anche sulla costa, l'importanza di questi club è molto grande, ne esistono un grande numero. Gli yachts club più grandi con accesso al mare sono: late Clube de Santos; late Clube do Rio de Janeiro; late Clube Caiobá; late Clube Paranaguá; late Clube Velieri da Ilha; late Clube Guaíba; Velieri do Sul; Clube Jangadeiros; Yacht Club de Ilha Bela. La maggior parte di questi club hanno fatto accordi fra loro che consentono che gli associati possano usufruire delle strutture e dei servizi di tutti i club.

Il principale polo di vela è la Regione di Ilha Bela, nel litorale nord di São Paulo, considerata la "Capitale della Vela". In quest'area sono organizzate le principali regate ed è grande la concentrazione dei rimessaggi specializzati in velieri. Nell'isola lo Yacht Club de Ilha Bela organizza annualmente la Settimana della Vela di Ilha Bela, importante evento, quest'anno nella sua 32ª edizione. Anche la Regione Sud del Brasile, specialmente negli Stati del Paraná e Santa Catarina, sta dimostrando una grande espansione in questo segmento, oltre al settore nautico in generale. L'unico fornitore specializzato in equipaggiamenti ed accessori per la vela è **Nautos**, anche esso installato nella regione.

Ci sono ancora molti produttori artigianali di barche a vela sparsi per il Paese, che producono sotto richiesta imbarcazioni di piccole e medie dimensioni.

Unità da diporto pneumatiche

Inizialmente utilizzate solamente come barche d'appoggio, per sbarco e salvataggio, oggi si incontrano pneumatici con cabina, consolle, motore entro bordo, fly-bridge ecc. Il mercato ha percepito che questa tipologia di imbarcazioni sono molto sicure ed offre anche una grande potenzialità per il diporto. Molti hanno già percepito come il pneumatico possa rappresentare un tipo di scafo, buono anche per i motoscafi. Alcuni modelli sono stati adattati per la pesca ed altri per i motoscafi sportivi.

Il segmento stima che siano prodotti tra i 3.000 e i 3.500 pneumatici l'anno.

Questo segmento è guidato da **Flexboat**, nel mercato dal 1990, che ha già prodotto più di 15.000 imbarcazioni. Esporta per gli Stati Uniti, producendo 12 modelli, 4 di uso militare. Fornisce la tecnologia di produzione del fabbricante Dolphin. Il suo modello di qualità è un riferimento nel mercato e il suo cantiere è localizzato nella città di Atibaia, a circa 100 Km di São Paulo.

La 2ª e la 3ª posizione sul mercato è detenuta da due produttori:

Nautika – Da 30 anni sul mercato, produce più di 300 imbarcazioni tra cui 22 modelli di barche pneumatiche. Hanno 6.500 punti vendita che gli garantiscono una grande penetrazione sul mercato. Il suo cantiere è localizzato a São Paulo.

Zefir – Nel mercato dal 1972, inizialmente con tecnologia tedesca della DSB Continental, produce attualmente 25 modelli, dei quali ne ha già messi sul mercato più di 20.000 unità. Utilizza materia prima 100% nazionale ed il suo modello di qualità è considerato un riferimento nel mercato. Il suo cantiere è localizzato nella città di São Paulo e il distributore Regatta è il suo maggiore rivenditore.

Sul mercato si trova un'enorme varietà di tipi, modelli e prezzi di unità da diporto pneumatici, con fondo rigido o flessibile.

È importante evidenziare che secondo la legislazione brasiliana, tutte le imbarcazioni a partire dai 30 piedi (10 metri) devono avere una barca d'appoggio, che nella maggior parte delle volte è un modello pneumatico.

Motori – produttori e modelli

Il mercato ha una vasta disponibilità di tipi e modelli di motori, nazionali ed importati ed alcuni hanno bisogno di essere "marinizzati" in un processo industriale che adatta un motore di un'automobile per l'uso marittimo.

Ma anche i motori, sviluppati e prodotti specificamente per le imbarcazioni, incontrano in Brasile un problema non comune agli altri paesi: per legge, tutti i tipi di benzina per auto hanno il 25% d'alcool nella sua formulazione, indipendentemente degli ottani che variano tra 87 e 95 nelle miscele super. Siccome non c'è nel mercato una benzina nautica (senza alcool) questo è un problema serio, visto che questa miscela non è adatta per le barche. L'acqua, che naturalmente si condensa nel serbatoio, si mescola al combustibile facendo in modo che il motore soffi e persino smetta di funzionare. La Petrobrás ha già iniziato una fase di test per la produzione di benzina nautica, che deve essere nel mercato a breve.

Motori fuori bordo

In questo segmento si incontrano produttori installati in Brasile ed importatori di vari brand internazionali, che garantiscono una grande varietà di tipi e modelli. I principali fornitori sono:

BOMBARDIER – EVINRUDE BRP E JOHNSON BRP: importa motori Evinrude (a 2 tempi con iniezione diretta) e Johnson, da Bombardier – BRP International.

HONDA DO BRASIL: produce localmente i suoi motori di 4 tempi.

MERCURY-MARINE DO BRASIL IND. E COM. LTDA: importa una completa linea di motori a 2 e 4 tempi con iniezione elettronica, da Mercury-Marine Company.

SUZUKI: importa motori da Suzuki Motor Corporation. I suoi maggior distributori sono Nautibrás e CCM.

YAMAHA MOTOR DO BRASIL: produce localmente i suoi motori a 2 tempi con carburatore e iniezione diretta.

Motori entro bordo

In questo segmento si incontrano produttori installati in Brasile ed importatori di vari brand internazionali. Ci sono anche imprese specializzate per "marinizzare" motori, ossia, trasformare un motore disponibile nel mercato delle auto, per l'uso marittimo. Sono normalmente omologati dai produttori per fare questa trasformazione. I principali fornitori incontrati sono:

CATERPILLAR – importa motori a diesel ed a benzina dalla Caterpillar Inc., per mezzo dell'impresa SOTREQ. – www.sotreq.com.br

FMT NÁUTICA (FRIULI) – Marinizza motori MWM ed è omologata dal fabbricante.

MAN MOTORES – importa motori a diesel della Man.

MEGATECH-DUMON – Marinizza motori Mercedes Benz. Impresa omologata dalla Daimler Chrysler do Brasil.

MERCURY – MARINE DO BRASIL – importa modelli dalla Mercury-Marine Company, equipaggiati con motori Cummins MerCruiser, nei modelli a diesel.

MWM INTERNATIONAL MOTORES – produce localmente motori speciali per barche dedicate alla pesca e draghe.

SCANIA LATIN AMERICA – produce localmente motori marinizzati.

VOLVO PENTA DO BRASIL – importatore di motori Volvo.

YANMAR MOTORES – Industria nazionale che produce localmente alcuni modelli entro bordo e invertitori, ed ne importa altri specifici per barche a vela.

Accessori ed equipaggiamenti

Il mercato offre un'enorme varietà di prodotti e fornitori per tutti gli accessori del settore nautico, la maggior parte di loro sono importati, restando ai produttori nazionali la produzione di quelli più semplici e/o che hanno maggior domanda. La presenza d'aziende italiane è molto forte e valorizzata. Tutti i grandi distributori del settore importano prodotti d'origine italiana, di solito direttamente dai produttori.

E' importante osservare che la mancanza di fornitori nazionali, per una gran parte degli accessori utilizzati dai settori, non si deve alla mancanza di capacità tecnologica e/o industriale del Paese, peraltro, molto sviluppata e capace di produrre in sostanza qualsiasi cosa ma nella mancanza di una massa critica che giustifichi la produzione nazionale di tali elementi. Quest'assenza di massa critica, tipica in un mercato ancora piccolo è il grande limite per ottenere economie di scala produttive tali da rendere conveniente l'investimento in attrezzature ed equipaggiamenti per la produzione locale.

Esistono due eccezioni in questo segmento: La **Abarth**, specializzata in volanti, serrature, chiusure, luminarie ecc., e la **Nautos**, specializzata in accessori ed equipaggiamenti per barche a vela.

In questo segmento una scelta molto interessante è la formazione di accordi industriali con imprese brasiliane per semi-manifattura o montaggio di accessori ed equipaggiamenti italiani in Brasile.

Partner potenziali per i produttori italiani di accessori ed equipaggiamenti

Si può affermare che tutti i grandi distributori elencati sono potenziali partner per le imprese italiane di accessori ancora non presenti nel mercato brasiliano. Fra questi, tre destano il maggiore interesse:

ABARTH: Maggior impresa d'accessori nautici del mercato, nel segmento dal 1970, produce principalmente volanti, serrature, chiusure, lumi, chiavi di batteria ecc. Appartiene all'italiano Germano Franzoni, un

pioniere del settore con grand'esperienza industriale e buon concetto di qualità. Rifornisce la maggior parte dei cantieri nautici del Paese, specialmente per i volanti ed il suo maggior distributore è Regatta. Ha mostrato un interesse speciale a realizzare accordi per produrre o semi-manifatturare prodotti italiani in Brasile.

REGATTA: Maggior distributore e importatore di equipaggiamenti ed accessori da 24 anni nel segmento. Distribuisce anche imbarcazioni pneumatiche, velieri e motoscafi, incluso l'usato. Importa dalle seguenti imprese italiane: Aravon, Foresti&Suardi, Harken Itália, Lofrans', Nuova Rade e Techimpex e da altre 90 marche internazionali. È fornitore dei principali cantieri nautici per chi prepara kits di accessori specifici per ogni modello fabbricato. È molto ben strutturato, con 6 negozi, fornendo installazioni ed assistenza tecnica per tutto ciò che commercializza, incluso barche, motori ed apparecchiature elettroniche. Sviluppa anche progetti speciali per cantieri nautici, in modo particolare per velieri e pneumatici, per mezzo della sua divisione Regatta Yachts. Sta realizzando una struttura industriale nella Marina Verolme, enorme polo nautico e maggior marina dell'America Latina, localizzata ad Angra dos Reis – Rio de Janeiro. Ha mostrato un interesse speciale per realizzare accordi per produrre prodotti o semi-manifatturati italiani nel Brasile.

SAILING PRODUCTS: distributore e importatore d'equipaggiamenti ed accessori di diverse marche internazionali e rappresentante del cantiere nautico francese Bénétteau e della sua collegata Lagoon. È anche un importatore d'equipaggiamenti italiani Isotherm – Indel Marine e fornitore dei principali cantieri nautici. Ha succursali al Rio de Janeiro, São Paulo, Angra dos Reis – RJ e Guarujá – SP. Ha interesse per accessori italiani, specialmente per imbarcazioni pneumatiche.

Altri distributori importanti nel segmento

MARINE EXPRESS – È il terzo maggior distributore del mercato nella vendita all'ingrosso, importa e commercializza equipaggiamenti ed accessori in particolare quelli elettronici (specialmente della Raymarine), è operativo dal 1992. Ha 11 unità di distribuzione, installazione ed assistenza tecnica, tutte situate fra Salvador – BA e Porto Alegre – RS. Importa dalle imprese italiane: Conexus, Quick, Marco, Opacmare e da altri 16 marche internazionali. Sviluppa anche progetti speciali in sistemi elettronici integrati.

MARINE OFFICE: Importatore e distributore di numerose marche internazionali d'equipaggiamenti ed accessori. È il rappresentante dell'olandese Vetus nel Brasile.

NAUTOS – NAUTEC INDÚSTRIA METALÚRGICA LTDA.: Produttore e distributore specializzato in equipaggiamenti ed accessori per velieri, localizzato al sud del Paese, dove opera dal 1976. Possiede 7 negozi propri e grandi reti di rivenditori. Produce grande parte della sua linea e esporta verso più di 20 paesi, dove conta con 7 rappresentanti. In Italia il suo rappresentante/distributore è l'impresa A.R.T.E.

REAL MARINE: È il secondo distributore del segmento, tanto nella vendita all'ingrosso come al dettaglio. È stato il pioniere nell'importazione dei prodotti nautici, nella vendita all'ingrosso dal 1997, con 3 negozi.

Infine, occorre considerare che il mercato nautico brasiliano è destinato a crescere ulteriormente, con un indice che seguirà come minimo la crescita del PIL nazionale, ovvero circa 3 – 4 % l'anno. Le azioni sviluppate dal settore, come la campagna educativa dell'Acobar, gli investimenti in Marine e gli incentivi regionali come quello dello Stato del Rio de Janeiro e del Fondo della Marina Mercantile possono garantire un tasso di crescita persino maggiore di quello previsto dal mercato.

Il focus dell'industria nei prossimi anni sarà concentrato sui modelli minori e più popolari, principalmente per acque interne. I fornitori degli accessori ed equipaggiamenti devono seguire questo filone, offrendo più prodotti per questo profilo d'imbarcazione.

Analisi delle realtà produttive italiane già operanti con la relativa filiera

Alcuni tra i principali brand nautici italiani hanno già installato i propri cantieri navali sul territorio brasiliano.

Il settore della nautica brasiliana si avvale infatti dell'investimento che il **Gruppo Azimut-Benetti** ha messo in cantiere nell'estate 2011 per circa 80 milioni di euro, distribuiti su 5 anni, con l'obiettivo di produrre 100 barche l'anno entro un biennio, 6 diversi modelli, 4 sotto gli 80 piedi e 2 sopra i 100.

Il Gruppo ha identificato nell'area di Itajaí la regione che è in grado di offrire condizioni concorrenziali per il nuovo insediamento industriale. Lo stato di Santa Catarina, infatti, secondo polo nautico del paese, ha registrato negli ultimi sei anni un tasso di crescita del Pil tra i più alti dell'intero Brasile.

Inoltre, l'amministrazione statale ha rilasciato in pochi mesi i permessi necessari per avviare il sito produttivo di oltre 200 mila metri quadrati, concedendo benefici fiscali e assicurando l'ulteriore ammodernamento delle infrastrutture.

Azimut Benetti aveva già siglato, inoltre, nell'ottobre 2010 una partnership con un dealer locale Yacht Brasil, con a disposizione 18 punti vendita per la distribuzione.

L'investimento di Azimut Benetti produrrà la creazione di un distretto industriale del settore nautico nello Stato di Santa Catarina: si stima che un'imbarcazione da 60 piedi sia composta da circa diecimila componenti e, pertanto, la sua costruzione presuppone l'esistenza di un indotto qualificato di fornitori specializzati nella produzione di mobili, vetri, acciai, impianti idraulici ed elettrici, eliche, timoni, assi, parti di motori.

Alcune aziende italiane avrebbero pertanto la possibilità di studiare l'insediamento nelle aree limitrofe al sito produttivo di Azimut Benetti e l'opportunità di avvalersi di alcuni strumenti finanziari sotto forma di linee di credito agevolate in corso di definizione con il BID, la Simest e il BNDES.

Anche **Overmarine** punta a crescere in Brasile. Per questo il gruppo di Viareggio ha siglato un accordo con Le Mon Group do Brazil, che è un riferimento di primo piano nel mondo della nautica di lusso.

Dall'accordo tra Sessa Marine e la Intech Boating Ltda è nata la Sessa Marine Brasil. La nuova fabbrica sarà nel municipio do Palhoça, a Florianópolis, in un parco industriale di 9.500 metri quadrati e con un'area produttiva iniziale di 5.200 metri quadrati. Le imbarcazioni prodotte in Brasile vanno da 27 a 40 piedi.

Il **Gruppo Ferretti** ha inaugurato nel 2010, attraverso Ferrettigroup Brasil, un nuovo showroom "Tools and Toys", una prestigiosa area di oltre 1.000 mq, situata all'interno dell'esclusivo luxury mall 'Shopping Center Cidade Jardim' di San Paolo. Tale inaugurazione faceva seguito alla nascita dello stesso Ferrettigroup Brasil, centro di riferimento per la commercializzazione e l'assistenza post-vendita di tutte le imbarcazioni del Gruppo Ferretti per il mercato brasiliano, e nasceva sulla base di un accordo siglato con Spirit Yachts (cfr. pag. 56), cantiere attivo nella produzione e commercializzazione di imbarcazioni nuove e usate in Brasile, che infine è stato acquisito da Ferretti stesso e rinominato Ferretti Brazil.

Aicon, gruppo messinese che costruisce navi da diporto a motore di lusso, ha siglato un contratto di partnership con Brava lates per la commercializzazione in Brasile di motoryachts e megayachts a marchio Aicon.

Durante l'ultimo Boat Show di Rio, sono stati proprio Azimut e Ferretti a realizzare le vendite di ammontare più consistente, seguite da imprese brasiliane di grosso calibro come Intermarine e Schaeffer.

Inoltre, con l'obiettivo di stimolare la creazione di poli di sviluppo nautici in Brasile, sono stati recentemente firmate lettere di intenti tra enti pubblici brasiliani, istituzioni governative e associazioni di categoria, di seguito presentati:

- 1) Memorandum of Understanding Nautica - Amazonas e Zona Franca di Manaus - Aprile 2011: MISE, UCINA, SUFRAMA e il Governo dello Stato di Amazonas, attraverso la SEPLAN, istituiscono un tavolo tecnico per la promozione e lo sviluppo di un segmento nautico navale italiano nel Polo Navale della Zona Franca di Manaus.
- 2) Memorandum of Understanding Nautica - Santa Catarina - Giugno 2011: MISE, UCINA, e il Governo dello Stato di Santa Catarina, istituiscono un tavolo tecnico al fine di:
 1. promuovere la realizzazione di un Polo della Nautica da Diporto Italiana in Santa Catarina;
 2. promuovere l'accesso delle aziende del settore nautico agli incentivi fiscali offerti da detto Stato;
 3. studiare una normativa statale idonea a permettere la realizzazione di marine e l'attrazione dei necessari investimenti.

3) Memorandum of Understanding Nautica - MDIC - Maggio 2012: MISE, UCINA, MDIC e la ACOBAR finalizzato a:

1. promuovere la realizzazione di uno o più Poli della Nautica da Diporto Italiana in Brasile;
2. promuovere l'accesso delle aziende della nautica italiana agli strumenti che possano facilitare in Brasile lo sviluppo delle attività produttive nel settore
3. promuovere lo scambio di informazioni ed esperienze tecnologiche tra Italia e Brasile nei settori della nautica;
4. promuovere la formazione in Brasile nei settori della nautica.

Sempre in questo framework, ICE - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane è stata incaricata dal Ministero dello Sviluppo Economico ad organizzare, in collaborazione con UCINA Confindustria Nautica, una missione imprenditoriale che avrà luogo a Santa Catarina in Brasile tra il 25 e 27 giugno 2013, il cui programma per altro include un seminario, incontri B2B e visite aziendali.

Remark per la componente francese del distretto dell'Alto tirreno

Da osservare che alla fine del 2003, il Governo Francese ha fatto dei sondaggi nel settore nautico, per mezzo del Servizio Economico e Commerciale del Consolato Generale della Francia, in São Paulo.

Strategie per il prodotto italiano

Il mercato nautico brasiliano come detto conosce già da molto tempo il prodotto Italiano e la sua qualità. In questo modo, per qualsiasi scelta fatta dal produttore (importazione o produzione nel paese), la qualità sarà sempre un key factor richiesto in qualsiasi segmento si operi. Il mercato brasiliano è caratterizzato da una grande quantità e varietà di prodotti importati che la produzione locale potrebbe sostituire. Occorre come già osservato considerare che la ragione per cui non esiste un maggior numero di produttori locali per questi prodotti è il basso volume attuale di domanda da parte del mercato, il che non permette la generazione di una massa critica sufficiente per l'installazione di una filiera di produzione completa, ma apre la possibilità di produrre partendo dall'importazione di semi-manufatti, per esempio, completandone il montaggio in loco, e assemblandoli con parti e pezzi nazionali.

Questa modalità d'accesso al mercato è attualmente quella consigliata per l'ingresso nel mercato brasiliano. Rappresenta l'equilibrio tra un modello completamente importato e una produzione 100% nazionale, ed offre la soluzione per molti degli svantaggi come: minor tempo per l'installazione nel paese, minor apporto di capitale, produzione con bassi volumi, conoscenza della cultura corporativa locale e dei sistemi di distribuzione, etc.

Fattori critici per il successo:

- Buona e Attiva Struttura Commerciale,
- Offerta dei modelli non prodotti localmente, con buon livello di nazionalizzazione,
- Distribuzione con Copertura Geografica iniziale nelle Regioni Sud e Sud-est,
- Magazzino Locale,
- Assistenza Tecnica Efficiente e Veloce,
- Disponibilità e Prezzo dei Pezzi di Ricambio,
- Prezzo uguale o inferiore ai modelli importati.

Minacce in genere:

In realtà, non sono presenti vere e proprie minacce, in particolare, per l'ingresso di un produttore italiano nel mercato brasiliano se non quella inerenti al normale svolgimento di un'attività commerciale, come la presenza di concorrenti o il lancio dei prodotti simili da parte di un produttore nazionale. La scelta dei partner è il principale Fattore Critico per il Successo in qualsiasi impresa. La scelta di un partner esperto, solido è fondamentale per la buona riuscita del progetto. E' necessaria una particolare attenzione in tale scelta facendo delle ricerche di mercato e le sue varie opzioni, così come tramite l'analisi dell'immagine dei potenziali partner sul mercato, la loro situazione finanziaria.

Nonostante non rappresenti una vera e propria minaccia per gli eventuali interessi degli imprenditori italiani nel mercato brasiliano, è importante osservare che aziende americane hanno condotto indagini su alcuni partner potenziali nello Stato di São Paulo per un eventuale montaggio di barche nella regione, con lo scopo di esportare verso gli Stati Uniti.

In generale, l'approccio al mercato brasiliano, così come a qualsiasi altro mercato estero, deve partire innanzitutto dalla concezione di un nuovo "business plan" della propria azienda, dalla progettazione cioè del proprio futuro. Se si volesse andare in Brasile "per vendere", delegando a terzi la promozione dei prodotti sul territorio brasiliano, probabilmente si rimarrebbe delusi.

Il Brasile non è una terra di conquista e non si accontenta di un catalogo. Richiede serietà, professionalità, competenza, prodotti di qualità, puntualità di consegna, servizio post vendita.

Molto spesso, le aziende italiane che hanno affidato la vendita dei propri prodotti ad un distributore brasiliano non hanno raggiunto risultati significativi.

Al contrario, coloro che decidono di scommettere e radicarsi in Brasile raggiungono normalmente risultati brillanti e guardano con interesse al futuro delle proprie iniziative. In questo senso, l'imprenditore "curioso" deve diventare un imprenditore "consapevole".

Sotto sono schematizzate le principali forme di immissione sul mercato brasiliano.

Brasile: PRINCIPALI FORME DI PRESENZA	
INDIRETTA	
• Import / Export	
• IDE Investimenti Diretti Esteri	
• Strategia 'Entry Level': La distribuzione:	Contratto di Agenzia
	Accordo di Distribuzione
	Contratto di Rappresentanza Commerciale
	Accordo di Franchising
	Contratto di Vendita Internazionale
DIRETTA	
• Strategia 'Intermedia': Costituzione di una Società Commerciale	
• Strategia 'Avanzata': Costituzione di una Società Produttiva	
• Strategia 'Alternativa': Joint Venture	

Fonte: Confindustria Modena

CAPITOLO 3

Analisi degli strumenti finanziari esistenti (messi a disposizione da Enti ed istituzioni preposte) a supporto e disposizione delle imprese per facilitare l'insediamento nel paese estero di riferimento.

Sostenere le imprese che intendono aumentare la loro presenza sul mercato internazionale è oggi una delle priorità non solo del nostro Paese, ma anche dell'Unione europea e dei principali organismi internazionali.

In questi anni il tessuto produttivo italiano, al pari di quello degli altri Stati europei, è stato chiamato ad uno sforzo in vista di rendere l'economia più dinamica e competitiva. La crisi finanziaria non ha attenuato l'esigenza, per le imprese, di rafforzare la sua presenza sui mercati internazionali. Al contrario, la crisi può rappresentare uno stimolo aggiuntivo per dare ulteriore dinamicità alla competitività delle imprese italiane, ed alla ricerca delle opportunità che i mercati internazionali offrono. Gli strumenti, gli incentivi e i programmi predisposti a tale scopo assumono, in un contesto di crisi, maggiore rilevanza.

Gli strumenti a sostegno dell'internazionalizzazione d'impresa predisposti a livello comunitario, nazionale e regionale, risultano essere molteplici e di difficile identificazione. Le regole che sottostanno ad essi sono infatti generalmente articolate e differenziate a seconda dell'ente finanziatore, del soggetto richiedente e della tipologia di investimento.

In tale ambito, la ricerca del "migliore strumento finanziario" per realizzare la propria idea di investimento risulta essere un processo non sempre agevole.

Il primo passo da compiere, allora, è quello di identificare tutti gli strumenti che potenzialmente potrebbero sostenere l'iniziativa che si intende mettere in atto. Successivamente, è necessario confrontare tali strumenti, il sostegno che offrono e i requisiti richiesti. È solamente attraverso il bilanciamento di tutti questi parametri che si può valutare appieno la portata dei benefici acquisibili.

STRUMENTI E POLITICHE A SOSTEGNO DELL'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE ITALIANE

Politiche nazionali a sostegno dell'internazionalizzazione

La progressiva liberalizzazione dei mercati e dei capitali, lo sviluppo delle nuove tecnologie dell'informazione, la creazione di vaste aree di libero scambio, il ruolo dominante dell'innovazione nella competizione tra sistemi, sono solo alcune delle profonde trasformazioni che caratterizzano questo nuovo millennio. Internazionalizzazione e globalizzazione sono i termini con i quali si è ormai soliti indicare nel complesso i fenomeni sopra descritti.

Con la parola internazionalizzazione possiamo intendere il processo che porta imprese o gruppi di imprese confrontarsi con omologhi sistemi di altre aree geografiche, allo scopo di trovare forme di integrazione e di collaborazione nei principali settori produttivi e/ commerciali. Il fenomeno interessa principalmente il mondo economico e delle imprese e si sostanzia generalmente nei due sistemi di integrazione internazionale: lo scambio commerciale (importazione e esportazione) e la presenza stabile sui mercati esteri (IDE, joint venture, collaborazioni produttive, alleanze strategiche, trasferimenti di tecnologie).

La graduale e progressiva evoluzione dei processi di internazionalizzazione delle imprese, soprattutto di carattere industriale, e l'affermarsi di nuove logiche localizzative dei grossi gruppi industriali, ma anche delle PMI, ha generato un dilagante fenomeno di dispersione degli investimenti distributivo-logistico-produttivi che ha provocato la nascita di un fenomeno del tutto

nuovo: "la competizione tra aree" per l'attrazione di tali investimenti.

Come immediata conseguenza di tale processo si osserva che città, aree metropolitane, distretti e regioni, oggi competono, e sempre più in futuro competeranno, tra loro per attirare sulle loro aree investimenti industriali, per essere preferiti come sedi di istituzioni scientifiche, finanziarie, di ricerca, di enti sovranazionali e di fatti culturali e sportivi. Attori del processo di internazionalizzazione e globalizzazione non sono più semplicemente le imprese, ma anche gli stati con tutte le loro articolazioni istituzionali e operative presenti sul territorio ai vari livelli: cittadini, comprensoriali, distrettuali e regionali. Queste profonde modificazioni del contesto politico-economico internazionale hanno necessariamente modificato anche le politiche di supporto all'internazionalizzazione dei vari Paesi industrializzati.

Ad una più intensa concorrenza tra imprese si è, in effetti, associato un più acceso confronto tra sistemi-Paese, caratterizzati da diverse strutture manageriali, meccanismi di intermediazione finanziaria, relazioni industriali, assetti istituzionali che competono, soprattutto sul fronte delle nuove localizzazioni produttive e di servizi.

A politiche di sostegno all'internazionalizzazione di imprese o gruppi imprenditoriali, si stanno sostituendo politiche volte a favorire l'integrazione internazionale di interi sistemi territoriali, promuovendo una loro presenza e visibilità economica all'estero e dall'estero. Il nuovo corso delle politiche di sostegno all'internazionalizzazione appare, quindi, piuttosto complesso soprattutto per via della assoluta assenza di modelli precostituiti, tanto che ciascun Paese ha affrontato tali sfide con approcci e soluzioni personalizzati e spesso addirittura sperimentali, ispirati al comune obiettivo di rafforzamento della proiezione esterna dei loro sistemi-Paese. Al di là della eterogeneità dei diversi approcci e', comunque, possibile individuare alcuni tratti comuni nelle trasformazioni in corso delle politiche dei maggiori Paesi.

Negli ultimi anni il verificarsi di alcuni fenomeni ha portato alla realizzazione di nuove politiche di sostegno all'internazionalizzazione delle imprese. In particolare si ricorda:

- la saldatura, sempre più marcata, tra politiche commerciali più tradizionali da un lato, orientate per lo più a sostenere le esportazioni con strumenti finanziari classici, e politiche di supporto all'internazionalizzazione delle imprese dall'altro, volte a promuovere, sotto varie forme, la presenza stabile sui mercati internazionali;
- la forte crescita del ruolo dei servizi reali all'internazionalizzazione delle imprese, attraverso un innalzamento dello standard qualitativo delle informazioni, un adattamento continuo degli strumenti di promozione, assistenza e formazione alle mutevoli esigenze del mercato e della competizione globale;
- un decentramento funzionale e territoriale, sempre più spinto, nella gestione delle politiche e degli strumenti di sostegno sia finanziario che reale, con il fine di interpretare meglio le esigenze del tessuto imprenditoriale proiettato all'esterno ma ben radicato sul territorio;
- la crescente attenzione alla valorizzazione economica del territorio quale fattore strategico nella competizione globale.
- la necessità, anche in presenza di forme decentrate di sostegno, di un centro strategico di programmazione e monitoraggio delle politiche e degli strumenti di intervento.

Attualmente le normative di sostegno nazionali hanno dato vita a un nutrito pacchetto di strumenti a disposizione delle imprese italiane. Le leggi sono quelle emanate dal Ministero del Commercio Estero responsabile, congiuntamente con altre strutture, delle politiche di sostegno dell'internazionalizzazione e, in alcuni casi, della gestione degli strumenti agevolativi. Nel prosieguo della trattazione sono riportati i principali strumenti offerti alle imprese italiane che intendano iniziare una attività di rapporto con l'estero o che desiderino consolidare posizioni e quote già acquisite.

Le principali leggi italiane di sostegno all'internazionalizzazione attualmente in vigore:

- sostegno delle attività promozionali di Enti, Istituti, Associazioni, Consorzi e Camere di Commercio italiane all'estero o estere in Italia (L. 1083/54 - L. 83/89 - L. 394/81 - L. 518/70 - L. 580/93);
- strumenti di sostegno specificatamente volti a favorire l'internazionalizzazione delle imprese (L. 133/2008 - L. 277/77 -D.M. 2 aprile 2009);
- Incentivi alla costituzione di società all'estero (L. 100/90 - L. 19/91 - DM 397 3/06/2003 - L. 49/87 art. 7);
- Strumenti nazionali di sostegno alla cooperazione internazionale (L. 212/92 - L. 84/2001);
- Finanziamento pubblico per la realizzazione di studi di fattibilità all'estero (rifinanziati);
- (D.Lgs 143/98 - art. 22, comma 5, -DM23marzo 2000 n. 136);
- Finanziamento agevolato delle spese per la realizzazione di studi di prefattibilità e di fattibilità connessi all'aggiudicazione di commesse in Paesi extra U.E. (lett. a);
- Finanziamento agevolato delle spese per la realizzazione di programmi di assistenza tecnica e di studi di fattibilità, connessi ad esportazioni o ad investimenti italiani all'estero in Paesi extra U.E. (lett. b);
- Accordo per l'internazionalizzazione del sistema fieristico italiano (rifinanziato);
- Finanziamento per partecipazione a gare internazionali Legge 304/90.

Le attività di sostegno all'internazionalizzazione delle imprese derivano da diverse norme introdotte negli ultimi 30 anni. L'attuale sistema di supporto alle imprese, è costituito principalmente da tre organismi che operano in modalità complementare. Nello specifico esso è composto da **ICE**, **SIMEST** e **SACE**.

ICE ISTITUTO NAZIONALE PER IL COMMERCIO ESTERO (Partner delle imprese italiane nel mondo):

L'ICE (Istituto nazionale per il Commercio Estero) promuove, agevola e sviluppa gli scambi commerciali dell'Italia con gli altri Paesi; accompagna e assiste le imprese italiane nel processo di internazionalizzazione e di radicamento nei mercati esteri; favorisce il flusso di investimenti produttivi in entrata e in uscita. Le

attività dell'ICE sono finanziate con fondi pubblici attraverso il Ministero dello Sviluppo Economico e in parte dalle stesse imprese che ne utilizzano i servizi promozionali, di informazione e di assistenza.

L'Istituto, che ha la propria sede centrale a Roma, dispone di una rete di 17 Uffici in Italia e 115 in 87 Paesi del mondo. Sono, inoltre, operativi in 14 Uffici esteri Desk, che si occupano di monitorare il fenomeno della contraffazione di prodotti Made in Italy, di assistere le aziende nella tutela della loro proprietà intellettuale e prestare loro consulenza per la registrazione in loco di marchi, brevetti, modelli, disegni industriali e per la tutela delle indicazioni di origine. L'Ice raccoglie informazioni attraverso un monitoraggio continuo dei mercati, dei flussi commerciali e degli investimenti, svolto dai suoi Uffici all'estero. Per consentire un accesso semplice ed immediato ai dati, l'intero patrimonio informativo dell'Istituto è on line all'indirizzo www.ice.gov.it, dove si possono consultare:

Guide al Mercato: una raccolta di informazioni basilari sulla situazione economica, politica e finanziaria del Paese che, grazie alla sua sezione "Opportunità di mercato per il Made in Italy", consente di verificare i settori più promettenti e i comparti in crescita; Opportunità commerciali: per trovare informazioni sul profilo dell'azienda estera ideale per operazioni di partnership;

Gare e finanziamenti internazionali: banche dati attraverso le quali reperire notizie sui bandi di gara, i riferimenti per la richiesta del capitolato d'appalto e la presentazione delle offerte, nonché le segnalazioni sui progetti di sviluppo e di assistenza tecnica finanziati dalle Istituzioni Finanziarie Internazionali;

Anteprima Grandi Progetti: sezione che fornisce anticipazioni sui piani di privatizzazione, finanziamenti e la realizzazione di grandi opere nei singoli Paesi esteri; Statistiche di commercio estero: un'ampia base dati, unica nel suo genere, costantemente aggiornata e alimentata da fonti italiane ed internazionali (ISTAT, ONU, FMI), che prevede la possibilità per l'utente di elaborare le tavole di proprio interesse articolando le informazioni per Paesi, settori, valori, quantità, ecc;

Pubblicazioni e Ricerche di Mercato: un ricco patrimonio d'indagini riferite a specifici settori merceologici.

A queste risorse informative si affianca il notiziario telematico Commercio Estero News, alimentato dalla rete estera dell'ICE, che consente ogni giorno di essere informati su cosa cambia e come si muovono i più interessanti mercati mondiali, sulle novità in materia doganale, fiscale e valutaria, sulle opportunità di business. La sezione Agenda consente poi di essere informati sugli eventi in programma.

Servizio personalizzato di informazione ed assistenza sui programmi settoriali comunitari e di aiuto esterno. Consente alle società abbonate di ricevere periodicamente una selezione personalizzata di informazioni utili alla partecipazione ai programmi comunitari nei settori: Ambiente; Capacity Building; Edilizia; Energia; Formazione; Infrastrutture; Ricerca e sviluppo; Sanità; Tecnologie dell'informazione, Trasporti; ecc., attraverso il monitoraggio degli Inviti a presentare proposte (Gazzetta GUCE Serie "C"), inerenti il settore prescelto, evidenziando obiettivi dei programmi, requisiti e modalità di partecipazione, scadenze e contatti di riferimento.

L'ICE è in grado di garantire un sostegno totale ad ogni singola azienda che intenda entrare e radicarsi nel mercato internazionale. In particolare, fornendo servizi di analisi di mercato, individuando partner, garantendo promozione aziendale e assistenza operativa in loco.

I servizi di analisi dei mercati consistono in informazioni generali e di primo orientamento, nonché in indagini di mercato personalizzate, segnalazioni di gare e richiesta merci e sondaggi prodotto.

I servizi di ricerca partner, comprendono liste personalizzate di nominativi di operatori economici esteri, informazioni riservate sulla loro affidabilità e solvibilità, organizzazione d'incontri con le controparti selezionate, segnalazione di opportunità commerciali provenienti dalla nostra rete di uffici nel mondo. I servizi di promozione aziendale si concretizzano nella predisposizione di piani pubblicitari, presentazioni aziendali e di prodotti, organizzazione di simposi e conferenze stampa, partecipazione a fiere e mostre autonome.

I servizi d'assistenza operativa in loco, infine, mirano ad accompagnare le aziende italiane in tutto il percorso di inserimento nel mercato, dalla selezione iniziale del Paese fino alla realizzazione dell'investimento.

L'attività promozionale per far conoscere il made in Italy all'estero. Attraverso le fiere internazionali, le missioni di operatori, i convegni, le azioni di comunicazione e le altre iniziative del Programma Promozionale ordinario, l'Ice intensifica le opportunità d'affari e sostiene il radicamento delle imprese nei mercati, rafforza l'immagine del Made in Italy, promuove la collaborazione industriale e gli investimenti esteri in Italia.

L'ICE organizza ogni anno oltre 750 iniziative riguardanti più di 60 settori produttivi, in 52 mercati esteri. Ogni anno partecipano alle iniziative dell'Ice 15.000 aziende italiane e oltre 21.000 aziende straniere. E' possibile consultare per Pesi e settori l'elenco delle iniziative promozionali che l'ICE organizza sui mercati internazionali direttamente sul sito Internet.

Negli ultimi quattro anni l'Ice, assieme all'Associazione delle industrie italiane (Confindustria) e all'Associazione bancaria italiana (Abi), ha organizzato 23 missioni di sistema all'estero, alle quali hanno partecipato oltre 7.500 aziende italiane. In occasione di queste missioni l'ICE ha organizzato più di 37.000 incontri business to business. La cooperazione multilaterale. L'Ice assiste le aziende italiane nell'attività di cooperazione internazionale per facilitare l'accesso ai finanziamenti degli Organismi Internazionali e per stimolare le opportunità di joint venture e le partnership industriali e tecnologiche.

L'ICE collabora costantemente con diversi organismi internazionali quali la Banca Mondiale, l'Unione Europea e la BERS.

L'attività di formazione. L'Ice organizza corsi e master per giovani neolaureati italiani interessati all'inserimento professionale in enti ed imprese con un forte orientamento ai mercati esteri, anche in collaborazione con Università, business school, Regioni ed altri Enti. La formazione può anche essere rivolta ad operatori stranieri. L'offerta formativa dell'ICE è un insieme integrato di corsi di formazione, seminari, convegni, country presentation, simposi, pianificati in maniera coordinata dalla Rete degli Uffici in Italia e all'estero.

Come accedere ai servizi ICE

I servizi on line. Sono i servizi informativi accessibili direttamente dal portale ICE: è sufficiente cliccare sui servizi on line di interesse. Tali servizi sono gratuiti (previa registrazione all'Export Club). L'iscrizione permetterà di accedere a tutte le informazioni gratuite del portale: Guide al Mercato, Statistiche di Commercio Estero, Pubblicazioni e Ricerche di Mercato, Opportunità d'Affari nel mondo, ecc. Inoltre si potranno ricevere sulla propria e-mail le notizie di commercio estero, le iniziative e gli eventi presenti in Agenda. I servizi di assistenza e di consulenza. Sono servizi specializzati offerti direttamente dai nostri Uffici in Italia e all'estero con prezzi a preventivo. I preventivi sono formulati dagli Uffici sulla base di giornate/uomo di valore diverso in funzione dell'area geografica e di eventuali costi esterni necessari alla predisposizione del servizio.

SIMEST, IMPRESE ITALIANE NEL MONDO

Strumenti finanziari e servizi reali per affiancare l'impresa nella competizione internazionale

Per valorizzare la capacità del sistema produttivo italiano, in gran parte costituito da piccole e medie imprese, SIMEST mette a disposizione strumenti finanziari flessibili e la capacità ed esperienza dei propri professionisti nelle diverse discipline applicate ai processi di sviluppo all'estero.

SIMEST promuove quindi una equilibrata internazionalizzazione delle imprese italiane, mediante assistenza e strumenti finanziari diversificati, con particolare attenzione alle PMI.

Le imprese minori, infatti, potrebbero non disporre al loro interno di tutte le competenze necessarie per progettare ed attuare forme di internazionalizzazione diverse dall'esportazione.

Gli strumenti finanziari che SIMEST gestisce si articolano secondo una gamma che consente di accompagnare le imprese in tutte le principali fasi dei processi di internazionalizzazione e comprendono:

- a) partecipazione societaria agli investimenti all'estero delle imprese italiane, alla quale si può aggiungere la partecipazione Fondo di Venture Capital in aree di particolare interesse strategico;
- b) finanziamento degli studi di fattibilità e dei programmi di formazione e assistenza tecnica connessi agli investimenti diretti all'estero (extra UE);
- c) finanziamento di programmi di sviluppo commerciale all'estero (extra UE);
- d) stabilizzazione dei tassi di interesse a condizioni "Consensus" nelle operazioni di finanziamento dei crediti export per le esportazioni di beni di investimento.

Per gli investimenti diretti all'estero, in particolare, SIMEST interviene attraverso:

- ricerca di partner e di opportunità di investimento;
- servizi di assistenza e consulenza tecnica e finanziaria nella predisposizione del progetto e nella sua implementazione;
- acquisizione di partecipazione al capitale di rischio della società estera, anche con l'intervento associato del Fondo di Venture Capital del Ministero dello Sviluppo Economico;

- contributo in conto interesse sull'eventuale finanziamento bancario della quota di capitale di rischio sottoscritta dall'impresa italiana.

Nell'ambito dell'evoluzione recente degli strumenti e delle attività della SIMEST, sono da segnalare inoltre:

- l'ottenimento, per l'intero processo di promozione e sostegno finanziario delle attività estere delle imprese, della certificazione di qualità ISO 9001:2000;
- la partecipazione di SIMEST alla costituzione all'estero di società di servizi, per l'assistenza finanziaria alle imprese nei loro processi di internazionalizzazione: società di leasing in Russia, in fase di avviamento, e società di servizi ed assistenza finanziaria, IBC ZAO in Russia e SIBAC in Cina ;
- l'organizzazione di incontri imprenditoriali (Business Matching Meeting) su concrete opportunità di collaborazione industriale internazionale;
- un'intensa attività di rete, con la partecipazione ad un numero crescente di Sportelli Unici Regionali; con la collaborazione attiva con le altre strutture del Sistema Italia e con numerosi soggetti, italiani ed esteri, con molti dei quali sono stati siglati accordi utili per promuovere l'internazionalizzazione delle nostre imprese.

TIPOLOGIE DI INTERVENTO:

PARTECIPAZIONE AL CAPITALE DI IMPRESE ESTERE
IN QUALI PAESI
Tutti.
BENEFICIARI DELL'AGEVOLAZIONE
SIMEST può valutare proposte di partecipazione provenienti da società di capitali, società di persone, cooperative, consorzi, associazioni di imprese. Viene accordata priorità alle PMI.
TIPOLOGIA
a) Partecipazione di SIMEST, di norma, fino al 25% del capitale sociale delle imprese estere (in tutti i paesi). b) Agevolazione, mediante contributo agli interessi, dei finanziamenti concessi all'impresa italiana, da qualsiasi banca abilitata ad operare in Italia, per l'acquisizione di quote di capitale di rischio in imprese all'estero partecipate da SIMEST (solo in paesi non appartenenti all'Unione Europea). L'acquisizione di quote di capitale di rischio può riguardare aziende di nuova costituzione o già costituite e deve avvenire dopo la delibera di partecipazione di SIMEST. Settori: L'intervento SIMEST avviene, preferenzialmente, in imprese estere attive nello stesso settore di attività dell'impresa italiana richiedente, o in settori situati a monte o a valle del processo produttivo nell'ambito del concetto di "filiera"; non vi sono preclusioni settoriali e, pertanto, sono inclusi, oltre al manifatturiero i settori commerciale e servizi. Durata: – La durata massima della partecipazione SIMEST è di 8 anni, entro i quali viene concordato con i partners italiani il periodo di riacquisto della quota SIMEST. – La durata massima del finanziamento bancario è di 8 anni a partire dalla prima erogazione del finanziamento, compreso un periodo massimo di utilizzo e preammortamento di 3 anni. Condizioni economiche: Le condizioni della partecipazione SIMEST vengono concordate con le imprese partner in funzione della tipologia dell'attività prevista, dei risultati attesi, della situazione del Paese in cui si va ad operare, del ruolo e delle prospettive delle società italiane interessate. Il riacquisto della quota SIMEST avviene, in assenza di quotazioni ufficiali, con riferimento al valore patrimoniale dell'impresa estera. L'impegno del socio italiano al riacquisto della partecipazione SIMEST può essere garantito in funzione degli stessi aspetti su citati, attraverso un ampio ventaglio di soluzioni, la cui scelta viene preventivamente concordata con i partners. <i>Tasso di interesse:</i> liberamente concordato tra l'impresa e la banca finanziatrice. <i>Tasso di contribuzione:</i> fisso per tutta la durata dell'agevolazione, il tasso di contribuzione è pari al 50% del tasso di riferimento previsto dal DPR 902/76, vigente alla data di stipula del contratto di finanziamento.
AMMONTARE DELL'AGEVOLAZIONE
L'importo agevolabile del finanziamento copre il 90% della quota di partecipazione dell'impresa italiana

richiedente, fino al 51% del capitale dell'impresa estera. Pertanto, qualora la quota di partecipazione superi il 51%, l'importo agevolabile risulta pari al 90% del 51% del capitale dell'impresa estera. L'agevolazione è concessa entro i seguenti limiti massimi di finanziamento: – per impresa e per anno solare: euro 40 milioni; – per gruppo economico (nell'ambito di uno stesso bilancio consolidato) e per anno solare: 80 M€. L'agevolazione è concessa nei limiti delle norme comunitarie.
COME SI ACCEDE
a) Per la partecipazione al capitale delle imprese estere: SIMEST esamina le richieste di partecipazione acquisendo le informazioni relative al progetto di investimento ed ai partners senza uno schema precostituito; ossia non è necessaria alcuna modulistica di presentazione, ma viene fornita una check-list delle informazioni che successivamente viene adattata dagli analisti alle necessità di approfondimento che si rendono opportune per la singola iniziativa. b) Per l'agevolazione del contributo agli interessi: le imprese italiane devono presentare la richiesta di agevolazione direttamente alla SIMEST, allegando al modulo relativo la documentazione indicata. La richiesta può essere presentata anche prima della delibera del Consiglio di Amministrazione di SIMEST di partecipazione nell'impresa all'estero, ma comunque non oltre 3 mesi da tale data. Con la comunicazione della delibera, SIMEST invia all'impresa italiana anche il relativo modulo pre-compilato con i dati in suo possesso. Una volta verificato, eventualmente aggiornato, completato e sottoscritto, il modulo viene restituito dalla impresa a SIMEST. Le richieste di ammissione alle agevolazioni sono sottoposte alle determinazioni del Comitato Agevolazioni presso SIMEST, nel rispetto dell'ordine cronologico di ricezione, se complete della documentazione.

GESTIONE DI FONDI DI VENTURE CAPITAL
IN QUALI PAESI
Per supportare gli investimenti delle imprese italiane all'estero è stato istituito dall'allora Ministero delle Attività Produttive, oggi Ministero dello Sviluppo Economico, un Fondo di Venture Capital che può aggiungersi alla normale quota di partecipazione SIMEST nella società estera, nelle seguenti aree geografiche: – Estremo Oriente: India, Indonesia, Malaysia, Maldive, Repubblica Popolare Cinese, Sri Lanka e Thailandia – Est Europa e Balcani: Albania, Armenia, Azerbaijan, Bosnia Erzegovina, Croazia, Federazione Russa, Georgia, ex Repubblica Jugoslava di Macedonia, Moldova, Montenegro, Serbia e Ucraina. – Africa e Medio Oriente: Algeria, Autorità Palestinese, Egitto, Giordania, Iraq, Israele, Libano, Libia, Marocco, Siria, Tunisia, Turchia. Paesi confinanti con l'Iraq (purché con attività prevalente rivolta all'Iraq). Tutti i restanti paesi dell'Africa, compresi quelli insulari. – America Centrale e Meridionale: Paesi dell'America Centrale ed America Meridionale ad esclusione dei territori e possedimenti d'oltremare dei paesi della Unione Europea (PTOM) e di dipartimenti francesi d'oltremare (DOM).
BENEFICIARI DELL'AGEVOLAZIONE
Tutte le imprese italiane.
TIPOLOGIA
Il Fondo, gestito da SIMEST, consente una partecipazione complessiva (SIMEST + Fondo di Venture Capital) fino a un massimo del 49% del capitale sociale dell'impresa estera.
CARATTERISTICHE DELL'AGEVOLAZIONE
L'intervento: – non può superare, insieme alla quota della partecipazione SIMEST, il totale della partecipazione delle imprese italiane nell'impresa estera; – non può essere superiore al doppio della partecipazione SIMEST; – ha una durata analoga alla partecipazione SIMEST; il riacquisto da parte delle imprese italiane non richiede garanzie; – l'intervento del Fondo prevede una remunerazione pari al tasso BCE + 0,5%.
COME SI ACCEDE
L'intervento del Fondo deve essere richiesto mediante domanda scritta, avvalendosi dell'apposito modulo. Successivamente all'approvazione della partecipazione nell'impresa estera – ai sensi della legge 100/90 –

SIMEST completa l'esame della richiesta di partecipazione a valere sulle disponibilità del Fondo e la sottopone all'apposito Comitato, costituito presso il Ministero dello Sviluppo Economico, per la relativa deliberazione.

FINANZIAMENTI AGEVOLATI PER STUDI DI PREFATTIBILITA', FATTIBILITA' E ASSISTENZA TECNICA
IN QUALI PAESI
Paesi non appartenenti all'Unione Europea.
BENEFICIARI DELL'AGEVOLAZIONE
Imprese italiane, loro consorzi o associazioni.
CHE COSA FINANZIA
a) spese relative a studi di fattibilità collegati ad investimenti italiani all'estero; b) spese relative a programmi di assistenza tecnica collegati ad investimenti italiani all'estero. Spese finanziabili: Tutte le spese a carico dell'impresa inserite nel preventivo a firma del legale rappresentante.
TIPOLOGIA
Finanziamenti a tasso agevolato a valere su un Fondo a carattere rotativo. Tasso di interesse – Fisso per tutta la durata del finanziamento e pari al 25% del tasso di riferimento applicabile alle operazioni di credito all'esportazione effettuate con raccolta all'interno a tassi variabili, vigente alla data di stipula del contratto di finanziamento. Garanzie – Le erogazioni del finanziamento sono subordinate alla presentazione di una delle seguenti garanzie: a) fideiussione bancaria o assicurativa redatta secondo lo schema predisposto da SIMEST e rilasciata da banche o compagnie assicurative di gradimento di SIMEST medesima; b) fideiussione di Consorzi di Garanzia Collettiva Fidi (Confidi) appositamente convenzionati con SIMEST; c) pegno su titoli di Stato; d) fideiussione di Intermediari Finanziari appositamente convenzionati con SIMEST Le garanzie rilasciate da PMI, devono coprire il 60% del finanziamento, (salvo variazioni a seguito di delibera CIPE).
AMMONTARE DELL'AGEVOLAZIONE
Sono finanziabili: – il 100% delle spese globali previste dal preventivo di spesa per un importo non superiore a 361.000 euro (salvo variazioni a seguito di delibera CIPE), per le iniziative di cui al punto a); – il 100% delle spese globali previste dal preventivo di spesa per un importo non superiore a 516.000 euro (salvo variazioni a seguito di delibera CIPE), per le iniziative di cui al punto b).
COME SI ACCEDE
L'impresa presenta la richiesta di finanziamento a SIMEST, allegando al modulo di domanda la documentazione in esso indicata. Il modulo di domanda prevede che l'impresa fornisca una serie di informazioni, alcuni dati e documenti, i bilanci degli ultimi tre esercizi disponibili, una relazione illustrativa dell'operazione, il preventivo delle spese da sostenere e le informazioni relative a eventuali soggetti esterni (agenzia specializzata, operatore locale o altri soggetti) che devono effettuare lo studio o il programma di assistenza tecnica. Nel valutare la richiesta, SIMEST esamina la validità tecnica, finanziaria ed economica del programma in relazione alla consistenza patrimoniale, finanziaria ed organizzativa dell'impresa richiedente. In merito agli aspetti economici e commerciali dell'attività, SIMEST può chiedere un parere al Ministero dello Sviluppo Economico.

FINANZIAMENTI AGEVOLATI PER STUDI DI PREFATTIBILITA', FATTIBILITA' E ASSISTENZA TECNICA
IN QUALI PAESI
Paesi non appartenenti all'Unione Europea.
BENEFICIARI DELL'AGEVOLAZIONE
Imprese italiane, loro consorzi.
CHE COSA FINANZIA
La realizzazione di un insediamento durevole, nel senso di presenza stabile e qualificata, costituito, in genere, da uffici di rappresentanza, uffici o filiali di vendita e di centri di assistenza, magazzini, depositi e sale espositive. Il programma deve essere realizzato nell'arco di due anni. E' ammissibile al finanziamento anche il potenziamento di strutture già operanti all'estero. Ciascuna impresa può ottenere il finanziamento di un solo programma per volta. Spese finanziabili: costi relativi alla costituzione ed al funzionamento all'estero di rappresentanze permanenti, spese per studi di mercato, promozione, pubblicità, ecc. Nel caso di potenziamento, con riguardo alle strutture permanenti e al personale in loco, sono finanziabili solo le spese aggiuntive e non anche le spese in continuità con il passato.
TIPOLOGIA
Finanziamenti a tasso agevolato a valere su un Fondo a carattere rotativo. Durata – La durata complessiva del finanziamento non può essere superiore a 7 anni dalla data di stipula del contratto di finanziamento, comprensivi di un periodo di preammortamento di 2 anni in cui sono corrisposti solo gli interessi. Le rate sono semestrali, posticipate, a quote costanti di capitale più gli interessi sul debito residuo. Tasso di interesse – Fisso per tutta la durata del finanziamento e pari al 40% del tasso di riferimento, (salvo variazioni a seguito di delibera CIPE). Garanzie – Le erogazioni del finanziamento sono subordinate alla presentazione di una delle seguenti garanzie: a) fideiussione bancaria o assicurativa redatta secondo lo schema predisposto da SIMEST e rilasciata da banche o compagnie assicurative di gradimento di SIMEST medesima; b) fideiussione di Consorzi di Garanzia Collettiva Fidi (Confidi) appositamente convenzionati con SIMEST; c) pegno su titoli di Stato; d) fideiussione di Intermediari Finanziari appositamente convenzionati con SIMEST.
AMMONTARE DELL'AGEVOLAZIONE
Il finanziamento copre al massimo un importo non superiore a euro 2.065.000,00 (salvo variazioni a seguito di delibera CIPE).
COME SI ACCEDE
L'impresa presenta la richiesta di finanziamento a SIMEST, allegando al modulo di domanda la documentazione in esso indicata. Il modulo di domanda prevede che l'impresa fornisca una serie di informazioni, alcuni dati e documenti, i bilanci degli ultimi tre esercizi disponibili, una relazione sul programma che ne illustri, in particolare, l'impostazione, gli obiettivi e le modalità di realizzazione, ed infine una descrizione analitica di tutte le spese previste, accompagnata da relativo preventivo. Nel valutare la richiesta SIMEST esamina la validità tecnica, finanziaria ed economica del programma in relazione alla consistenza patrimoniale, finanziaria ed organizzativa dell'impresa richiedente. In merito agli aspetti promozionali e commerciali del programma, SIMEST può chiedere informazioni al Ministero dello Sviluppo Economico.

AGEVOLAZIONE DEI CREDITI ALL'ESPORTAZIONE
IN QUALI PAESI
Tutti.
BENEFICIARI DELL'AGEVOLAZIONE
Imprese esportatrici italiane.
CHE COSA FINANZIA
Forniture di macchinari, impianti, studi, progettazioni, lavori e servizi.
TIPOLOGIA
Contributi agli interessi su finanziamenti concessi da banche italiane o estere. L'agevolazione consente alle imprese esportatrici italiane di offrire agli acquirenti/committenti esteri dilazioni di pagamento a medio/lungo termine a condizioni e tassi di interesse competitivi, fissati in sede internazionale (denominati CIRR), in linea con quelli offerti da concorrenti di paesi OCSE. Durata del credito all'esportazione – Uguale o superiore a 24 mesi dal “punto di partenza del credito” (spedizione/consegna o, nel caso di impianti “chiavi in mano”, collaudo preliminare). La durata massima è determinata in base agli accordi internazionali (Consensus), in relazione alla categoria del paese ed alle tipologie di operazioni. Tasso a carico del debitore estero (tasso agevolato) - il tasso CIRR viene fissato durante la fase di negoziazione dell'operazione o al momento della stipula del contratto con la controparte estera e resta fisso per tutta la durata del credito all'esportazione. I CIRR sono resi noti dall'OCSE, e possono essere richiesti direttamente a SIMEST, collegandosi al sito Internet www.simest.it.
AMMONTARE DELL'AGEVOLAZIONE
Copre al massimo l'85% dell'importo della fornitura; una quota pari ad almeno il 15% deve essere pagata dall'acquirente per contanti. Eventuali esborsi all'estero devono essere contenuti nei limiti della quota contanti: in caso di eccedenza, l'importo del finanziamento ammissibile all'agevolazione è limitato al 100% del valore dei beni e servizi di origine italiana. Se inclusi nell'importo della fornitura, sono assimilati a merce di origine italiana: – i compensi di mediazione o agenzia, nella misura massima del 5% della fornitura; – i compensi corrisposti a società di commercializzazione in relazione a operazioni di contro acquisto, nella misura massima del 5% della fornitura; – le subforniture di merci e servizi di origine comunitaria, nei limiti previsti dalla normativa UE (v. sito Internet www.simest.it); – nel caso di operazioni assistite da garanzia assicurativa SACE, le quote di fornitura di origine comunitaria ed extracomunitaria eccedenti i suddetti limiti sono agevolabili nella misura ritenuta ammissibile nella garanzia stessa.
COME SI ACCEDE
La richiesta di agevolazione viene presentata alla SIMEST dalla banca finanziatrice o, se del caso, dalla banca italiana intermediaria o direttamente dall'esportatore (limitatamente alle operazioni di credito fornitore con smobilizzo a tasso fisso sul mercato estero), allegando al modulo di domanda la documentazione in esso indicata.

SACE - Servizi assicurativi del commercio estero

SACE SpA (www.sace.it) è una società per azioni a capitale pubblico detenuto interamente dal Ministero dell'Economia e delle Finanze.

La "mission" dell'Istituto è quella di fornire un valido sostegno all'internazionalizzazione dell'economia italiana attraverso un'offerta ampia e articolata di servizi che comprendono oltre alla tradizionale copertura assicurativa dei rischi commerciali e politici delle esportazioni, anche il rilascio di garanzie su finanziamenti e titoli e altri strumenti finanziari connessi alla internazionalizzazione delle imprese nazionali.

L'azione di SACE Spa, orientata principalmente alla copertura dei crediti a medio e lungo termine, è completata dalla operatività di SACE BT, espressamente dedicata alla garanzia delle operazioni con termini di rimborso entro i 24 mesi per tutti i Paesi Ocse che non facciano parte della UE.

Accanto ai prodotti tradizionali la SACE è inoltre in grado di fornire una serie di strumenti di sostegno particolarmente focalizzati sulle esigenze delle PMI, favorendone l'accesso al credito e fornendo servizi di consulenza finalizzati alla penetrazione dei mercati esteri più difficili.

È utile sottolineare che l'intervento della SACE è il presupposto ordinario ed integra l'agevolazione creditizia (contributo agli interessi) operata dal Fondo 295 della Simest.

Sportelli Regionali per l'Internazionalizzazione (SPRINT)

La crescita dell'internazionalizzazione è considerata un'opportunità addizionale per l'economia italiana, anche per l'occasione di cogliere nuove possibilità in mercati emergenti e in alcuni casi strategicamente vicini.

In questo quadro si inserisce l'obiettivo del Ministero e delle Regioni: la creazione di strutture, che costituiscono dei "terminali operativi" nel territorio, per portare "quasi a domicilio" delle aziende l'intera gamma degli strumenti promozionali, finanziari e assicurativi a disposizione delle PMI in materia di commercio estero e di internazionalizzazione.

Sebbene l'Amministrazione centrale abbia conservato la competenza per l'attività di commercio estero, ivi compresa quella relativa alla definizione del programma delle iniziative promozionali del "made in Italy" sui mercati internazionali, sono state decentrate presso le regioni per effetto del Decreto Legislativo n. 112 del 1998 (art. 48) una serie di funzioni molto importanti che attengono direttamente alla internazionalizzazione dei sistemi produttivi locali:

- l'organizzazione e la partecipazione a fiere, mostre ed esposizioni organizzate al di fuori dei confini nazionali per favorire l'incremento delle esportazioni dei prodotti locali;
- la promozione e il sostegno alla costituzione di consorzi tra piccole e medie imprese industriali, commerciali e artigiane;
- la promozione e il sostegno della costituzione di consorzi turistico-alberghieri;
- lo sviluppo della commercializzazione nei mercati di altri Paesi dei prodotti agro-alimentari locali.

La logica è quella della fornitura di servizi basati sul massimo decentramento territoriale, regionalizzando risorse e iniziative per sviluppare uno stretto raccordo tra la rete produttiva locale e il cosiddetto mercato globale.

La creazione, infatti, di uno stringente rapporto di collaborazione tra i vari Enti e organismi preposti al sostegno delle imprese ed in particolare con quelli volti ad accrescere il loro grado di internazionalizzazione, consentirà di assistere le imprese "sul campo", aiutandole con maggiore efficacia ad affrontare il passaggio da una dimensione prevalentemente "locale" a una collocazione "internazionale", di impresa che estende la propria rete di relazioni produttive e commerciali a livello internazionale, cercando di cogliere e di approfittare di tutte le opportunità offerte dal mercato a qualsiasi latitudine.

Scopo degli Sportelli è di agevolare l'accesso delle PMI e degli operatori a tutta la gamma dei servizi e degli strumenti esistenti in materia di internazionalizzazione del sistema produttivo.

Si tratta, in altri termini, di strutture operative destinate a fornire alle imprese servizi di:

- assistenza sulle modalità di accesso e di utilizzo degli strumenti promozionali, finanziari e assicurativi utilizzabili a livello sia nazionale che regionale;
- consulenza in materia legale, fiscale e amministrativa;
- supporto e guida nella selezione dei mercati esteri, nella scelta di partner in progetti di investimento.

Gli Sportelli vengono costituiti secondo modalità organizzative convenute tra il Ministero dello Sviluppo Economico e le singole Regioni.

Alla loro attività prendono parte l'ICE, la SIMEST, la SACE, le Associazioni di categoria, il Sistema camerale, le banche e, più in generale, tutti i soggetti impegnati nel sostegno del sistema produttivo regionale.

Per assicurare una più efficace proiezione delle PMI sui mercati internazionali, gli Sportelli operano in raccordo con il Ministero degli Esteri e la sua rete diplomatico-consolare, con gli uffici dell'ICE all'estero, nonché con i Dicasteri dello Sviluppo Economico e delle Politiche Agricole e Forestali.

La funzione d'indirizzo e coordinamento dell'attività di ogni singolo Sportello è svolta d'intesa tra il MiSE e la Regione, sulla base delle deliberazioni assunte in materia dalla Cabina di regia.

Sotto sono riportati gli sportelli relativi alle regioni italiane del distretto dell'Alto Tirreno:

LIGURIA

Enti sottoscrittori	Sede	Contatto SIMEST	Contatto SACE
• MINISTERO DELLO SVILUPPO ECONOMICO • REGIONE • ICE • SACE S.P.A. • SIMEST S.P.A. • UNIONCAMERE LIGURIA	A Genova, presso la Società Regionale per l'Internazionalizzazione "LIGURIA INTERNATIONAL" Sede operativa: Via XX Settembre, 41 16121 Genova Tel: +39 010.548.5691 Fax: +39 010.548.5699 info@liguriainternational.it Dr. Alessandro Pittaluga Tel. 010 - 548.5098 a.pittaluga@liguriainternational.it	Dr. Fabrizio Vignolini c/o Liguria International +39 335-6950473 f.vignolini@simest.it Dr. Camillo Maria Pulcinelli c/o Ufficio SIMEST Roma +39 335-7598329 cm.pulcinelli@simest.it	Dr. Marco Sandrone c/o Ufficio SACE Torino +39 366 5671730 m.sandrone@sace.it www.sace.it

SARDEGNA

Enti sottoscrittori	Sede	Contatto SIMEST	Contatto SACE
• MINISTERO DELLO SVILUPPO ECONOMICO • REGIONE • ICE • SACE S.P.A. • SIMEST S.P.A. • UNIONCAMERE SARDEGNA • BIC SARDEGNA S.P.A. • OSSERVATORIO INDUSTRIALE DELLA SARDEGNA S.P.A. • CONSORZIO 21	A Cagliari, presso la sede del "Consorzio 21" Via Palabanda, 9 09123 Cagliari Tel.: +39 070 67670 Fax: +39 070 6797050	Dr. Giorgio Ferrante Cell. +39 335-7872801 g.ferrante@simest.it	Dr. Fabio Ballerini c/o ufficio centrale Tel.: +39 06 6736378 Fax: +39 06 6736708 f.ballerini@sace.it www.sace.it

TOSCANA

Enti sottoscrittori	Sede	Contatto SIMEST	Contatto SACE
• MINISTERO DELLO SVILUPPO ECONOMICO • REGIONE • ICE • SACE S.P.A. • SIMEST S.P.A. • APET • UNIONCAMERE TOSCANA	A Firenze, presso Toscana Promozione Villa Fabbricotti Via V. Emanuele II, 62-64 50134 Firenze Tel.: +39 055 4628073 Fax: +39 055 4628070 sportello@toscanapromozione.it www.sprintoscana.it	Dr. Fabrizio Viscomi Cell. +39 338-3188953 f.viscomi@simest.it	Dr.ssa Alessandra Giordano c/o ufficio centrale Tel.: +39 06 6736493 Fax: +39 06 6736708 a.giordano@sace.it www.sace.it

STRUMENTI E POLITICHE A SOSTEGNO DELL'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE FRANCESI

Quadro generale della politica di internazionalizzazione

La politica di internazionalizzazione francese è definita dal Ministero dell'Economia, dell'Industria e dell'Occupazione che la attua attraverso un insieme di attori istituzionali. I programmi e i soggetti principali su cui si fonda la politica francese sono sinteticamente riassumibili come segue:

Ubifrance, Agenzia per lo sviluppo internazionale - attività di promozione, accompagnamento e informazione;

Coface, Società di assicurazione - garanzie a sostegno delle esportazioni;

Oséo, Agenzia per il sostegno alla crescita e all'innovazione delle PMI - internazionalizzazione delle PMI;

Ministero dell'Economia, dell'Industria e dell'Occupazione - agevolazioni fiscali;

Dogane - procedure doganali.

Con il decentramento amministrativo sono stati trasferiti ai Consigli regionali delle competenze importanti in materia di internazionalizzazione di impresa; tuttavia, il processo non è ancora completato e la politica di internazionalizzazione è essenzialmente gestita a livello centrale. A livello regionale, gli aiuti variano da una Regione all'altra, ma possono essere ricondotti a due categorie principali: aiuti per la nascita di nuovi esportatori e aiuti per il miglioramento di competenze interne all'impresa o per l'acquisizione di competenze esterne.

Il Ministero dell'Economia, dell'Industria e dell'Occupazione ha lanciato, nel febbraio 2008, un progetto di riforma del commercio estero essenzialmente volto al riordino dei soggetti incaricati della gestione dei programmi di internazionalizzazione e alla semplificazione delle procedure (sia di concessione di forme di sostegno che doganali), al fine di rendere i dispositivi di sostegno alle imprese più trasparenti, accessibili e visibili nonché reindirizzare gli sforzi verso le piccole e medie imprese, vettori principali della crescita delle esportazioni in Francia.

Le azioni della riforma sono state le seguenti:

- riforma di Ubifrance, Agenzia francese per lo sviluppo internazionale delle imprese, delle Missioni economiche della Direzione generale del Tesoro e della Politica Economica (DGTPE) del Ministero dell'Economia, dell'Industria e dell'Occupazione e creazione della "Equipe de France de l'Export";
- riforma delle procedure delle garanzie pubbliche di sostegno alle esportazioni della Coface;
- rilancio del progetto "Portage des PME", ossia di accompagnamento all'internazionalizzazione delle PMI da parte dei grandi gruppi imprenditoriali francesi;
- creazione della Commissione Interministeriale di Sostegno ai Contratti Internazionali (Commission Interministérielle d'Appui aux Contrats Internationaux - CIACI);
- smaterializzazione delle procedure doganali (progetto "zéro papier douanier").

Il riordino e coordinamento dell'insieme degli attori operativi a servizio dell'internazionalizzazione delle imprese, utilizzando al meglio le competenze di ognuno di essi, ha riguardato prioritariamente Ubifrance. Da un punto di vista territoriale e operativo, l'azione di Ubifrance è stata rafforzata attraverso il trasferimento all'Agenzia delle Missioni Economiche all'estero della Direzione Generale del Tesoro e della Politica Economica (DGTPE) del Ministero dell'Economia, dell'Industria e dell'Occupazione e l'accordo di partenariato di Ubifrance e DGTPE con la rete camerale, in particolare la rete ACFI (Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie), e l'UCCIFE (Union des Chambres de Commerce et d'Industrie Françaises à l'Étranger). I partner si sono impegnati a razionalizzare l'insieme degli interventi per l'internazionalizzazione: ad ogni attore è assegnato, senza esclusiva, il ruolo che gli compete sulla base dell'esame dei vantaggi comparati nell'offerta alle imprese, coordinando in tal modo, in una logica di filiera, le competenze dei diversi attori e fornendo alle imprese, a partire dai territori francesi, un insieme e una sequenza coerente di azioni di accompagnamento sui mercati esteri. In particolare, alle Camere di Commercio (CCI) in Francia è assegnato il ruolo di identificare i potenziali esportatori; a Ubifrance il ruolo di proporre destinazioni adeguate ai progetti e fornire servizi di prospezione e di accompagnamento a posteriori insieme alle Missioni economiche; alle CCI all'estero il ruolo di fornire servizi ad alto valore aggiunto alle PMI che sono in fase di stabilimento o espansione sul mercato estero.

Questo progetto è stato ulteriormente ampliato all'inizio del 2009 con il lancio della "Equipe de France de l'Export" che, oltre a Ubifrance e alle reti delle Camere di commercio, coinvolge anche Oséo, Coface e i

consulenti del commercio estero della Francia (CCEF), ossia personalità attive nel contesto internazionale nominate dal Ministro.

Gli obiettivi da raggiungere entro il 2011 da parte della "Equipe de France" sono: mobilitare 10.000 nuovi esportatori; raggiungere il numero di 20.000 missioni annue di accompagnamento delle imprese all'estero; portare a 10.000 il numero di Volontari Internazionali in Impresa - V.I.E..

Oltre alle sinergie, tra gli attori del commercio estero è stato creato un nuovo Prestito per l'export (PPE), gestito da Ubifrance e Oséo, per la copertura delle spese immateriali connesse a progetti di investimento delle PMI per lo sviluppo di attività di esportazione o localizzazione all'estero.

Coordinatore e centro delle operazioni di promozione all'estero delle imprese francese è dunque Ubifrance che, attraverso proprie attività di promozione e accompagnamento e in coordinamento con i diversi attori, è l'interlocutore principale per le imprese alle quali presenta un'offerta integrata di forme di sostegno all'export.

Sotto il profilo degli obiettivi geografici, per l'intervento di Ubifrance sono stati identificati 61 Paesi come mercati obiettivo¹⁶; mentre sotto il profilo settoriale, oltre ad azioni mirate su settori specifici, si prevede l'apertura internazionale dei Poli di competitività creati nell'ambito della politica per l'innovazione francese (Programma P2C).

Di pari passo con la riforma dell'assetto istituzionale, sono stati adeguati gli strumenti finanziari e le altre forme di accompagnamento a sostegno dell'internazionalizzazione per rendere le imprese più competitive sui mercati internazionali.

In particolare, si è proceduto alla semplificazione e modernizzazione delle procedure di garanzia della Coface. La Coface gestisce diverse garanzie pubbliche quali: assicurazione dei crediti all'esportazione, assicurazione prospezione sui mercati, assicurazione cauzione/pre-finanziamento rischio esportatore, assicurazione investimenti e assicurazione rischi di cambio.

È interessante riepilogare gli interventi adottati per agevolare l'accesso alle garanzie da parte delle PMI e delle imprese innovatrici. In particolare, sono state modificate le procedure per l'assicurazione-prospezione sui nuovi mercati come segue: aumento all'80% della quota garantita per le Giovani Imprese Innovatrici o che hanno ricevuto un'agevolazione da parte di Oséo negli ultimi 5 anni; eliminazione dei vincoli relativi al partner estero per le imprese con volume di affari < a 75 milioni di euro; possibilità per le micro imprese con un volume di affari ≤ a 1,5 milioni di euro e le imprese innovatrici di ottenere un anticipo sugli indennizzi e, infine, soppressione dei costi di apertura del dossier. Questa riforma ha consentito nel primo semestre 2008 un incremento delle domande di assicurazione-prospezione del 30%.

In materia di assicurazione del credito è stata introdotta un'assicurazione per agevolare i crediti inter-imprese. Il dispositivo CAP e CAP+ è rivolto ad imprese che non riescono a garantire i crediti ai fornitori e garantiscono il rimborso a scadenza attraverso Coface, che emette una cauzione a beneficio del fornitore. Queste garanzie consentono un supplemento di assicurazione in caso di diminuzione da parte di Coface della garanzia del credito richiesta (CAP) o in caso di ritiro o rifiuto di garanzia del rischio cliente (CAP+).

Più in generale, le procedure di assicurazione-credito sono state semplificate per le PMI in materia di requisiti di partner estero e per talune forme di garanzia è stata elevata la copertura al 100% per imprese con volume di affari ≤ 75 milioni di euro; è stata inoltre attivata la garanzia anche su beni immateriali e servizi ad alto valore aggiunto (concessione di diritti d'uso in materia di brevetti, licenze, ecc.).

Circa le altre imprese, è da segnalare che sono state estese e rafforzate le garanzie per settori strategici: è stata attivata una garanzia di cambio specifica per il settore aeronautico e sono state estese le garanzie a progetti strategici nei settori energia e materie prime.

Un'azione importante della nuova politica per l'internazionalizzazione delle imprese riguarda il coinvolgimento dei grandi gruppi imprenditoriali nei processi di internazionalizzazione delle PMI.

È stata a tal fine rilanciata l'iniziativa, già avviata nel 2006, denominata «Pacte PME International», operativa dal marzo 2009, che accompagna le imprese nei mercati esteri attraverso un'azione chiamata «portage», grazie all'aiuto dei grandi gruppi imprenditoriali. Il Patto è presieduto da Henri Lachman, Presidente del Consiglio di vigilanza di Schneider Electric e coordinato dal Comitato Richelieu, un comitato incaricato dal Governo del rilancio delle PMI. L'accompagnamento riguarda la messa a disposizione di mezzi e locali nonché azioni sui mercati esteri nel corso delle quali i grandi gruppi portano i propri fornitori e partner.

Nell'ambito della riforma del 2008, al fine di favorire l'offerta francese in relazione ai contratti internazionali strategici, è stata creata una Commissione interministeriale di sostegno ai contratti

internazionali (CIACI), con il compito di coordinare l'azione istituzionale dei diversi Ministeri e di altri soggetti nel fornire appoggio all'offerta delle imprese francesi in risposta ad appalti internazionali in settori cruciali per l'economia francese. La Commissione è presieduta dal Direttore del Gabinetto del Primo Ministro e segue una ventina di progetti internazionali ritenuti strategici. Il Segretariato generale è presso la DGTPE. L'attenzione particolare dedicata alle PMI nell'ambito della politica francese di internazionalizzazione è confermata dall'azione di Oséo, ente pubblico che ha per missione il sostegno all'innovazione e alla crescita delle PMI. L'internazionalizzazione viene considerata come la fase avanzata del processo di innovazione delle PMI. La stessa Oséo, attraverso un'attività di studio, ha rilevato che una PMI che esporta è, quasi nel 100% dei casi, una PMI che ha innovato un servizio o un prodotto.

Il programma Oséo International sostiene le PMI nei progetti di esportazione, di localizzazione all'estero e di cooperazione scientifica e tecnica con Paesi europei o con Paesi terzi. A partire dal 2007, il Fondo di Garanzia Internazionale raggruppa gli strumenti per l'internazionalizzazione delle PMI di finanziamento e garanzia, che consentono di realizzare gli investimenti necessari per le esportazioni e la localizzazione all'estero. Inoltre, Oséo opera attraverso forme di accompagnamento e sostegno alla partecipazione ai partenariati e progetti tecnologici internazionali.

L'Agenzia ha un forte radicamento sul territorio francese e si coordina con gli altri soggetti deputati all'internazionalizzazione delle PMI, in primis con Ubifrance e Coface.

Il sostegno all'internazionalizzazione delle imprese si completa con interventi di natura fiscale.

Il credito d'imposta export riguarda le imprese che assumono un Volontario Internazionale di Impresa (V.I.E) e copre i costi per attività di promozione, consulenze, indennità di trasferta, ecc..

L'altro strumento è invece un intervento che fa parte di un dispositivo generale di esonero di stipendi all'estero, applicato anche ai dipendenti di impresa che svolgono azioni di ricerca commerciale all'estero per più di 120 giorni nel corso di 12 mesi.

Nell'ottica della semplificazione e del migliore accesso delle imprese ai servizi della Pubblica Amministrazione, sono state ulteriormente digitalizzate le procedure del commercio estero, in particolare delle procedure doganali, con l'obiettivo finale di eliminare tutte le autorizzazioni cartacee (zéro papier douanier). Per arrivare a tale risultato sono stati attivati 10 progetti pilota di smaterializzazione delle procedure.

Riepilogo dei principali programmi e modalità di attuazione

Ubifrance - Sviluppo Internazionale Ubifrance - Agenzia francese per lo Sviluppo Internazionale delle Imprese, in base alla riforma del 2008 svolge un ruolo di primo piano entro il quadro dei nuovi obiettivi per il periodo 2009-2011, fissati per l'Equipe de France de l'Export. Nell'ambito del partenariato è prevista l'elaborazione su base annuale del "Programme France". Tutte le attività inserite nel programma costituiscono un insieme coerente di azioni che, indipendentemente da quale ente ne sia promotore, sono pubblicizzate da tutti i Partner presso le imprese. Le Camere di commercio, sia nazionali sia all'estero, sono libere di organizzare e promuovere - previa informativa trasmessa a Ubifrance - anche altre azioni, al fine di rispondere ai bisogni specifici delle imprese locali.

I servizi offerti da Ubifrance a sostegno delle iniziative rivolte all'export si articolano secondo tre linee:

1. agevolazioni collettive e individuali, anche settoriali, per promozione all'estero (Sidex, Label France, P2C);
2. sostegno allo sviluppo risorse umane (VIE);
3. diffusione di dati e analisi (attività prettamente commerciale).

Ubifrance gestisce inoltre, in collaborazione con Oséo, un prestito per l'export.

Per tutti gli interventi a favore delle imprese nel 2009 sono stati stanziati 19,4 milioni di euro (al netto dei costi di funzionamento e del personale coinvolto). Nel 2011 le risorse ammonteranno a circa 24,4 milioni di euro.

SIDEX - AZIONI DI PROMOZIONE INDIVIDUALI
SIDEX - Soutien Individualisé à la Démarche Export si configura come aiuto de minimis per progetti di export di PMI e micro imprese, sia per concludere un contratto già in fase di negoziazione con un nuovo cliente, agente o distributore, sia per sondare un nuovo mercato.
BENEFICIARI DELL'AGEVOLAZIONE
PMI ad attività commerciale, non detenute per più del 25% da un'altra impresa francese o straniera.

AZIONI ELEGGIBILI
a) missioni per incontrare all'estero un possibile cliente, agente, distributore con il quale l'impresa desidera concludere un contratto di export e le cui ricadute commerciali siano già identificate; b) missioni individuali per sondare un nuovo Paese¹⁹. Non sono eleggibili le missioni volte a creare una filiale commerciale, le missioni che rientrano in un quadro di partecipazione collettiva sostenuta finanziariamente dai poteri pubblici francesi (il Programma France è ineleggibile) e le missioni che si svolgono in Paesi dove l'impresa ha già una filiale. Non devono sussistere legami contrattuali tra l'impresa francese e l'impresa straniera né in corso, né stipulati nei precedenti 36 mesi.
AGEVOLAZIONE
lo strumento SIDEX si concretizza in: a) un aiuto massimo stabilito in base al prezzo di un biglietto aereo internazionale in classe economica; b) una partecipazione forfettaria ai costi di soggiorno, che varia a seconda del luogo di destinazione.
MODALITA' DI INTERVENTO
l'impresa deposita la domanda online sul sito Ubifrance almeno sette giorni prima dell'inizio della missione. Se l'esame della richiesta ha esito positivo, l'impresa riceve un'email cui è allegata una lettera di notifica circa le condizioni di concessione della sovvenzione.

LABEL FRANCE - AZIONI DI PROMOZIONE COLLETTIVE
Sfruttando l'effetto-leva delle sovvenzioni versate ad ogni impresa, la procedura "Label France" (etichetta Francia) permette di accompagnare all'estero un numero maggiore di imprese, facendole partecipare ad azioni collettive di promozione. Queste ultime devono ricomprendere almeno 5 imprese beneficiarie - ad eccezione degli stand France nei saloni internazionali, cui partecipino almeno 10 imprese francesi. Ogni procedura Label France rientra nel Programma France e un apposito comitato (Comité de Labellisation) assicura la coerenza di ciascun progetto rispetto agli altri.
BENEFICIARI DELL'AGEVOLAZIONE
l'etichettatura di un progetto può essere richiesta da un unico soggetto, operatore del progetto, che ne assicura la realizzazione, la commercializzazione presso le altre imprese francesi e ne è responsabile. L'operatore può essere un organismo, un'associazione, una persona «morale» di diritto pubblico o privato a condizione che abbia sede in Francia o in un Paese dell'UE, le Camere di commercio francesi all'estero, membri dell'UCCIFE, possono ugualmente essere operatori del progetto.
PROCEDURA
deposito del dossier da parte dell'operatore del progetto almeno due mesi e mezzo prima della data prevista per il progetto di promozione. Il Comité de Labellisation esamina il progetto e, se l'esito è positivo, Ubifrance e l'operatore stipulano un contratto circa l'ammontare e le modalità del sostegno accordato al progetto e realizzato dall'operatore, che sarà poi rimborsato delle spese eleggibili a conclusione dell'azione. Il sostegno finanziario accordato a ciascuna impresa, varia in funzione del numero di imprese partecipanti. Il progetto viene promosso sul sito Ubifrance, l'operatore deve esibire l'etichetta "France".
AZIONI ELEGGIBILI
le azioni eleggibili a ricevere la «Label France» sono gli stand France in saloni professionali all'estero (requisiti minimi: 50 m² e 10 espositori), gli incontri con compratori e partner in forum d'affari, le presentazioni di prodotti e know-how, le promozioni commerciali.
AGEVOLAZIONE
il plafond dell'aiuto concesso per l'operazione è definito in base a criteri diversi. In particolare: a) la zona geografica: operazione che si svolge in un Paese prioritario o meno (tre zone definite: extra UE - grand large -, Europa-Mediterraneo, altri Paesi); b) settore di attività: operazione attinente o meno ad un PASE (Plan d'Action Sectoriel à l'Exportation) o che riceve sostegno da un polo di competitività. L'agevolazione ammonta al 50% delle spese operative eleggibili dell'operatore. L'aiuto allocato per ciascuna impresa, invece, comprende una partecipazione alle spese di missione, per un ammontare massimo variabile a seconda del Paese di destinazione.

P2C - INTERNAZIONALIZZAZIONE DEI POLI DI COMPETITIVITÀ
Nel 2007 Ubifrance ha creato al proprio interno una struttura denominata “Cellule P2C” a sostegno dell'internazionalizzazione dei Poli di competitività, offrendo loro tutti i servizi già a disposizione delle singole imprese. Entro la metà del 2008, il 95% dei Poli sono stati contattati e informati dell'iniziativa. Di recente, è stata siglata una convenzione tra Ubifrance e la Direzione Generale Competitività, Impresa e Servizi del Ministero. L'accordo di collaborazione, di durata triennale a partire dal 1° gennaio 2009, sostiene lo sviluppo di partenariati industriali e tecnologici tra le PMI membri dei poli e le imprese straniere. Concretamente, sarà offerto un finanziamento complementare dalla DG a Ubifrance a sostegno di questa nuova iniziativa. Saranno realizzate azioni collettive all'estero, sulla spinta dei poli attivi nei settori delle TIC, biotecnologie, tecnologie ambientali e delle energie rinnovabili, nonché dei trasporti.

V.I.E. - VOLONTARIATO INTERNAZIONALE D'IMPRESA
Formula grazie alla quale l'impresa può affidare ad un giovane laureato una missione di sviluppo export per una durata che varia dai 6 ai 24 mesi. Ubifrance ne gestisce gli aspetti amministrativi e legali.
BENEFICIARI DELL'AGEVOLAZIONE
l'etichettatura di un progetto può essere richiesta da un unico soggetto, operatore del progetto, che ne assicura la realizzazione, la commercializzazione presso le altre imprese francesi e ne è responsabile. L'operatore può essere un organismo, un'associazione, una persona «morale» di diritto pubblico o privato a condizione che abbia sede in Francia o in un Paese dell'UE, le Camere di commercio francesi all'estero, membri dell'UCCIFE, possono ugualmente essere operatori del progetto.
PROCEDURA
Ubifrance raccoglie e seleziona i CV dei candidati, che sono disponibili presso una banca dati online alla quale l'imprenditore ha accesso. Ubifrance accompagna l'impresa nel processo V.I.E.
AGEVOLAZIONE
l'impresa beneficia dell'esonero dal pagamento dei contributi in Francia e dell'eleggibilità al credito d'imposta export e di finanziamenti regionali, a copertura totale o parziale. Di recente, la formula è stata aperta anche a imprenditori francesi presenti all'estero e aventi partner in Francia.

GARANZIE COFACE A SOSTEGNO DELLE ESPORTAZIONI

Coface gestisce per conto dello Stato francese una vasta gamma di garanzie destinate a favorire e sostenere le esportazioni. Si tratta di assicurazioni sotto forma di garanzie sui rischi, non ottenibili sul mercato privato a favore di imprese che fanno prospezioni sui mercati, commercializzano prodotti e servizi e realizzano investimenti finalizzati all'esportazione o investimenti all'estero. Coface, che agisce come assicuratore, rilascia e gestisce le polizze/contratti conformemente alla decisione assunta. I rischi dell'operazione sono a carico dello Stato.

Lo Stato fissa ogni anno la politica delle garanzie sui contratti commerciali all'esportazione, definita per singoli Paesi e rivista a metà anno per prendere in considerazione l'evoluzione eventuale della classificazione dei Paesi ad opera dell'OCSE, del contesto economico e sociale e dei flussi potenziali di esportazioni francesi verso i Paesi.

La fase istruttoria e di concessione per tutte le diverse forme di garanzia è gestita da Coface che verifica l'eleggibilità del progetto e ne valuta i rischi. A conclusione della fase istruttoria, l'operazione è presentata, per decisione, o ad una autorità amministrativa che agisce su delega del Ministero dell'Economia, Industria e Occupazione, sulla base di un parere della Commissione delle garanzie e del credito al commercio estero. La decisione può essere presa da Coface, su delega del Ministero, per garanzie di ammontare limitato o su richiesta di ammontare fissato dall'autorità amministrativa.

Un aspetto innovativo nell'ambito della procedura è costituito dalla valutazione degli aspetti ambientali che fa parte dei criteri di concessione delle garanzie da parte di Coface per i progetti superiori a 10 milioni di euro o localizzati in zone sensibili. Se necessario, Coface assicura, per tutta la durata del progetto, il rispetto degli standard ambientali.

Durante la fase istruttoria e prima della consegna formale del dossier da parte del beneficiario, Coface fornisce consulenza alle imprese e alle banche.

OSÉO INTERNATIONAL - INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE PMI

Il programma Oséo International sostiene le PMI nei progetti di esportazione, di localizzazione all'estero e di cooperazione scientifica e tecnica con Paesi europei o con Paesi terzi. L'Agenzia opera con un insieme di partner a livello regionale, nazionale ed europeo per sostenere le PMI nell'accesso ai finanziamenti appropriati.

Obiettivo dell'azione di Oséo è di sostenere le PMI in tutto il ciclo della crescita incluso l'avvio di un'attività commerciale, tecnologica o industriale a livello internazionale. Oséo intende contribuire prioritariamente all'internazionalizzazione delle PMI con forte potenziale di crescita e delle imprese di media dimensione. Il programma internazionale si concentra su tre finalità:

1. sostenere le esportazioni attraverso finanziamenti e garanzie (garanzie e finanziamenti per investimenti finalizzati alle esportazioni, garanzie delle cauzioni bancarie sui mercati export, garanzie su finanziamenti specifici);
2. favorire la localizzazione all'estero attraverso il finanziamento di contratti di sviluppo internazionali, le garanzie sugli apporti di capitale in una filiale estera e le garanzie degli investimenti delle filiali all'estero;
3. costruire partenariati tecnologici attraverso l'accompagnamento e il finanziamento di progetti di innovazione transnazionali.

Questi obiettivi vengono perseguiti tramite due interventi principali: Il Fondo di Garanzia Internazionale e i partenariati e progetti tecnologici. Il Fondo di Garanzia Internazionale raggruppa gli strumenti di finanziamento e garanzia gestiti da Oséo per l'internazionalizzazione delle PMI. Il nuovo strumento si iscrive nel quadro del miglioramento dell'offerta di finanziamento per le PMI a forte potenziale di crescita.

L'accento alla dimensione internazionale completa l'insieme dei dispositivi di finanziamento di Oséo a sostegno delle imprese innovatrici.

GARANZIA E FINANZIAMENTO PER INVESTIMENTI PER LE ESPORTAZIONI
BENEFICIARI
PMI, purché l'impresa realizzi almeno un terzo del suo volume di affari con le esportazioni.
PROGETTI AMMISSIBILI
progetti di investimento finalizzati alla crescita della produzione finalizzata alle esportazioni o progetti di investimento per la crescita della capacità produttiva.

SPESE AMMISSIBILI
investimenti materiali e immateriali.
MODALITÀ DI INTERVENTO DELLA GARANZIA E DEL FINANZIAMENTO
Oséo concede una garanzia fino al 60% del concorso della banca al finanziamento del progetto. Allo stesso tempo Oséo può intervenire nel co-finanziamento del progetto accanto alla banca.

GARANZIA E FINANZIAMENTO PER INVESTIMENTI PER LE ESPORTAZIONI
Strumento di finanziamento, nato nel 2008 e gestito congiuntamente da Ubifrance e Oséo, a sostegno dei programmi di investimento volti allo sviluppo delle attività d'impresa all'estero o alla localizzazione all'estero. Ubifrance si occupa della promozione dell'iniziativa per la sua commercializzazione.
BENEFICIARI
PMI costituite da più di 3 anni.
AZIONI ELEGGIBILI
programmi di investimento per lo sviluppo dell'esportazione o la localizzazione all'estero. Sono ammissibili solo spese immateriali quali: studi di mercato, partecipazioni a fiere e saloni, attività di comunicazione; spese di assunzione e formazione del personale; stipendi e spese legati al programma V.I.E.; spese di design o di adattamento del prodotto alla normativa straniera; attrezzature specifiche o prototipi. È anche ammissibile il fabbisogno di capitale circolante.
AGEVOLAZIONE
concessione di un prestito mezzanino da 20.000 a 80.000 euro nei limiti dei fondi propri o quasi propri dell'impresa, senza richiesta di garanzia, in base al patrimonio dell'imprenditore o sugli attivi dell'impresa. Prestito in 6 anni, a tasso fisso e agevolato il primo anno - si richiede solo una garanzia del 5% rispetto al prestito richiesto e sarà restituito alla PMI (incrementato degli interessi maturati) una volta rimborsato il prestito.

GARANZIA DELLE CAUZIONI BANCARIE SUI MERCATI EXPORT
BENEFICIARI
PMI e loro filiali estere che richiedono alla banca di emettere delle cauzioni sul mercato, o delle garanzie a prima richiesta, per i loro ordini di esportazione.
AZIONI ELEGGIBILI
garanzie a prima richiesta o cauzioni sul mercato (restituzione di acconto, buon fine, completamento) emesse dalla banca francese o da una banca locale, per ordine e conto della PMI francese o di una filiale.
MODALITÀ DI INTERVENTO
la garanzia degli impegni bancari è concessa alla banca francese. In taluni casi le cauzioni sono emesse da una banca locale all'estero della filiale con una contro-garanzia della banca francese. La quota garantita è del 60% (70% a certe condizioni).

GARANZIA SUI FINANZIAMENTI DEGLI INVESTIMENTI DELLA FILIALE ESTERA
BENEFICIARI
PMI
ATTIVITÀ AMMISSIBILI
a) creazione o acquisizione di una filiale all'estero con partecipazione maggioritaria o minoritaria; b) realizzazione di un investimento da parte della filiale all'estero.
SPESE AMMISSIBILI
investimenti materiali e immateriali realizzati direttamente o con l'apporto della società madre, compreso l'acquisto di titoli di una società straniera.
MODALITÀ DI INTERVENTO
gli investimenti possono essere finanziati sia dalla banca francese sia dalla banca locale, in questo caso la banca locale chiede la cauzione alla banca francese. Oséo garantisce fino al 60% la banca francese che finanzia gli investimenti o contro garantisce la banca locale all'estero. Oséo può anche partecipare al finanziamento dell'apporto di capitale della società madre attraverso lo strumento del Contratto di Sviluppo Internazionale

Uno strumento in più: gli accordi internazionali in materia di investimenti e il contratto internazionale

Si inseriscono nel sistema di sostegno all'internazionalizzazione delle imprese, e in particolare, di quella produttiva, anche le norme internazionali in materia di promozione e protezione degli investimenti all'estero. Tali norme, probabilmente, sono meno note alle imprese ma possono rivelarsi, sul lato pratico, di estrema rilevanza.

Si tratta, essenzialmente, di norme convenzionali, ovvero inserite in accordi tra Stati e vincolanti solo per gli Stati contraenti.

In tale contesto giocano un ruolo fondamentale i cosiddetti BITs (Bilateral Investment Agreements). Dal 1959, anno in cui venne firmato il primo accordo bilaterale sulla promozione e la protezione degli investimenti, tali trattati sono stati conclusi in numero sempre maggiore, coinvolgendo anche Stati tradizionalmente meno interessati al fenomeno.

Mentre inizialmente tali accordi erano destinati a disciplinare le relazioni tra paesi di diverso livello di sviluppo economico, i BITs vengono ormai conclusi indistintamente tra tutti gli Stati, siano essi Paesi in via di sviluppo, paesi industrializzati o paesi a economia in transizione e la rete convenzionale coinvolge ormai la quasi totalità degli Stati; ciò ha favorito l'accettazione e l'applicazione di standard anche da parte di quei Paesi che hanno espresso per molto tempo forti riserve al riguardo.

Tali accordi contengono clausole sulla definizione di investimento e quella di investitore, sulle condizioni di ingresso dell'investimento straniero, sugli standard generali di trattamento, sulle condizioni di gestione dell'investimento, sui trasferimenti monetari, sulla protezione contro misure di nazionalizzazione ed espropriazione, sull'indennizzo per danni subiti a causa di conflitti armati e disordini interni, sulla surroga dello Stato all'investitore indennizzato, sulla soluzione delle controversie. Queste ultime clausole, in particolare, offrono un'importante garanzia all'investitore che opera in un mercato straniero, poiché gli consentono, in caso di controversie con lo Stato ospite dell'investimento, di ricorrere direttamente all'arbitrato o ad altri mezzi internazionali di soluzione delle controversie, senza fare necessariamente ricorso al proprio Stato nazionale, né, tanto meno, ai tribunali locali dello Stato straniero.

Sul piano multilaterale, invece, vanno ricordate due importanti Convenzioni, che offrono un ausilio di tipo procedurale, concluse nell'ambito della Banca Mondiale: la Convenzione di Washington del 1965, che ha istituito il Centro internazionale per la risoluzione delle controversie relative agli investimenti (ICSID) e la Convenzione di Seul del 1985, che ha dato vita all'Agenzia per la garanzia degli investimenti multilaterali (MIGA).

L'ICSID assicura la soluzione delle controversie in materia di investimenti tra privati investitori e Stati stranieri, soluzione che avviene tramite la costituzione di commissioni di conciliazione o di tribunali arbitrali.

Lo scopo della MIGA, invece, è di facilitare gli investimenti stranieri nei Paesi in via di sviluppo, offrendo garanzie contro certi rischi non commerciali, ovvero rischi valutari, di espropriazione, di inadempimento contrattuale, conflitto armato o disordini civili. Per quanto riguarda il contratto internazionale, ogni attività di internazionalizzazione richiede non solo una conoscenza economico-commerciale del mercato straniero sul quale si intende operare, ma anche una conoscenza dell'ordinamento giuridico dello Stato in questione e la predisposizione di un buon contratto.

Quando si stipula un contratto internazionale, diventa essenziale conoscere il quadro giuridico in cui avrà luogo il rapporto commerciale con il partner straniero. L'appartenenza dell'altro contraente a uno Stato diverso, con leggi e principi diversi da quelle vigenti nel proprio ordinamento giuridico, richiede un'attenzione particolare e accorgimenti specifici nella redazione del contratto.

È fondamentale valutare bene e in anticipo quale legge applicare al contratto internazionale, per tutelarsi adeguatamente in caso di eventuali controversie con la controparte straniera.

Per quanto riguarda la lingua da usare, di solito è preferibile una lingua "neutra", come l'inglese, comunque deve essere indicata nel testo del contratto la lingua alla quale attribuire il valore ufficiale, per evitare controversie future in presenza di traduzioni in altre lingue.

Resta comunque fondamentale la scelta del soggetto che deciderà in caso di lite tra le parti circa l'interpretazione e l'applicazione del contratto. È importante prevedere nel contratto un meccanismo di soluzione che dia garanzie in termini di rapidità, efficacia, qualità e costi della causa.

CONCLUSIONI

Il Quadro Strategico Comune (QSC), elaborato dalla Commissione europea per l'utilizzo dei Fondi comunitari nel periodo di programmazione 2014-2020, si pone l'esplicito obiettivo di supportare gli Stati membri nell'attuazione della strategia Europa 2020 per quanto concerne la ricerca e l'innovazione, il cambiamento climatico e l'energia, l'occupazione, l'istruzione e la riduzione della povertà.

Al fine di declinare il percorso da seguire per il raggiungimento dei target previsti dalla strategia, la Commissione ha individuato 11 obiettivi tematici comuni ai Fondi QSC:

1. Ricerca, sviluppo tecnologico e innovazione (rafforzare la ricerca, lo sviluppo tecnologico e l'innovazione).
2. Agenda digitale (migliorare l'accesso alle tecnologie dell'informazione e della comunicazione, nonché l'impiego e la qualità delle medesime).
3. Competitività dei sistemi produttivi (promuovere la competitività delle piccole e medie imprese, il settore agricolo e il settore della pesca e dell'acquacoltura).
4. Energia sostenibile e qualità della vita (sostenere la transizione verso un'economia a basse emissioni di carbonio in tutti i settori).
5. Clima e rischi ambientali (promuovere l'adattamento al cambiamento climatico, la prevenzione e la gestione dei rischi).
6. Tutela dell'ambiente e valorizzazione delle risorse culturali e ambientali (tutelare l'ambiente e promuovere l'uso efficiente delle risorse).
7. Mobilità sostenibile di persone e merci (promuovere sistemi di trasporto sostenibili ed eliminare le strozzature nelle principali infrastrutture di rete).
8. Occupazione (promuovere l'occupazione e sostenere la mobilità dei lavoratori).
9. Inclusione sociale e lotta alla povertà (promuovere l'inclusione sociale e combattere la povertà).
10. Istruzione e formazione (investire nelle competenze, nell'istruzione e nell'apprendimento permanente).
11. Capacità istituzionale e amministrativa (rafforzare la capacità istituzionale e promuovere un'amministrazione pubblica efficiente).

In questo contesto, i programmi di cooperazione territoriale (in particolare transfrontaliera), finanziati dal Fesr, consentono la realizzazione di importanti economie di scala, soprattutto per quanto concerne il settore della Blue Economy (energia blu; acquacoltura; turismo marittimo, costiero e crocieristico; risorse minerali marine; biotecnologie blu), che costituisce la dimensione marittima di Europa 2020.

Fra i programmi di cooperazione transfrontaliera marittima, il P.O. Italia-Francia Marittimo ha scontato, nel periodo di programmazione 2007-2013, un problema di evidente squilibrio territoriale fra regioni italiane (Toscana, Liguria, Sardegna) e francesi (Corsica).

Tale squilibrio verrà superato dal 2014 in avanti attraverso l'inserimento di tre dipartimenti facenti parte della Regione PACA (Var, Alpes maritimes e Bouches-du-Rhône) nello spazio di cooperazione.

Dal punto di vista costiero, si verrà pertanto a creare un grande arco macroregionale che va dalla Costa azzurra all'Arcipelago toscano.

Si formeranno, in altre parole, le condizioni politico-territoriali per dare gambe ai presupposti progettuali posti in essere attraverso attività, come quelle portate avanti da Innautic, che trovano altresì significativi riscontri anche dal punto di vista delle caratteristiche della programmazione 2014-2020.

Il terzo obiettivo tematico individuato dal QSC (Competitività delle imprese), viene infatti declinato, nell'ambito della proposta di regolamento Fesr, in diversi sub obiettivi, fra i quali "sviluppare nuovi modelli di attività per le PMI, in particolare per l'internazionalizzazione".

Esso, all'interno del work in progress relativo alla scrittura nuovo P.O. Marittimo, viene ulteriormente tradotto in termini di "creazione e sviluppo di nuovi modelli di business con riferimento a contratti di rete e di filiera, finalizzati alla realizzazione di attività di internazionalizzazione, condivisione di servizi innovativi, accordi industriali, costruzione di un prodotto turistico unitario".

Questa sottolineatura, accanto:

- allo specifico accento posto sul settore della nautica
- all'inserimento delle imprese fra i soggetti beneficiari delle risorse
- all'individuazione di strumenti di ingegneria finanziaria complementari al Fesr

ci rende ottimisti sul fatto che le suggestioni e gli spunti contenuti nel presente lavoro possano trovare un'ideale accoglienza, quindi spazi e strumenti adeguati per la loro attuazione operativa, nell'ambito del prossimo periodo di programmazione.

REFERENZE

1. La Nautica in Cifre: Analisi del mercato per l'anno 2011 UCINA
2. Dinamiche economiche, valori e competenze delle imprese nella produzione nautica in Italia 2011 CNA
3. Analisi e prospettive di sviluppo della filiera della nautica da diporto. I risultati di una ricerca in Liguria CNA Liguria
4. Modello di sviluppo industriale del Sistema Italia in Brasile 2012
5. Dossier Brasile Ministero: L'impresa verso i mercati internazionali Ministero dello Sviluppo Economico
6. Il Settore della Nautica da Diporto in Brasile ACOBAR 2008
7. Politiche e strumenti per l'internazionalizzazione delle imprese (MiSE)
8. Guida al Mercato Brasile – Settembre 2012 ICE

promosso da:



Provincia della Spezia

realizzato da:



UNIONSERVIZI
SERVIZI ALLE IMPRESE

Programma cofinanziato
con il Fondo Europeo
di Sviluppo Regionale



Programme cofinancé
par le Fonds Européen de
Développement Régional

