



66° Salone Nautico Internazionale, tutto pronto per edizione che guarda al futuro dell'industria

Descrizione

(Adnkronos) - Oltre 1.000 imbarcazioni, 215 novità, 45 Paesi rappresentati da 5 continenti e un layout in acqua che cresce del 4%: è tutto pronto per il 66° Salone Nautico Internazionale, organizzato da Confindustria Nautica a Genova dall'1 al 6 ottobre, che si prepara a riunire l'intera filiera dell'industria nautica da diporto italiana e internazionale. A caratterizzare l'edizione 2026 è un progetto che evolve insieme al mercato e alle esigenze delle imprese. Cresce la presenza delle imbarcazioni di maggiori dimensioni, con un incremento del 14,1% della dimensione media delle tre unità maggiori di ogni segmento rispetto al 2025, mentre i multiscafi registrano un +28% delle unità esposte. A questa evoluzione dell'offerta si affiancano nuovi progetti dedicati alla fascia alta e all'accesso alla nautica, il rafforzamento dell'incoming internazionale, il business lungo la filiera, il confronto tra industria e istituzioni e un programma che amplia la dimensione culturale della manifestazione.

«Apriamo questa 66ª edizione con una convinzione e un'ambizione molto forti» ha dichiarato in apertura della conferenza stampa Piero Formenti, Presidente di Confindustria Nautica. La convinzione è che il Salone debba continuare ad avvicinare nuovi pubblici alla nautica: per questo, insieme a ICE Agenzia, abbiamo voluto una Blue Arena aperta e gratuita, con cinque aree tematiche dedicate ai giovani, alla formazione, all'innovazione, alla vela e alla cultura del mare. L'ambizione è continuare a far crescere una manifestazione internazionale organizzata dall'industria per l'industria, fino a portarla ai vertici mondiali. Le premesse ci sono tutte, ma questo risultato si costruisce insieme: Confindustria Nautica, istituzioni e territorio, ciascuno per la propria parte, devono lavorare nella stessa direzione. La strada è tracciata e abbiamo tutte le condizioni per percorrerla con successo».

La 66ª edizione del Salone Nautico Internazionale è stata presentata alla Casa della Vela nel corso della conferenza stampa aperta dal Presidente di Confindustria Nautica Piero Formenti. Sono intervenuti Silvia Salis, Sindaca di Genova; Luigi Attanasio, Presidente della Camera di Commercio di Genova; Marco Bucci, Presidente della Regione Liguria; Marina Stella, Direttore Generale di Confindustria Nautica; Paolo Brescia, Presidente della Giuria del Design Innovation Award; e, per il Teatro Nazionale di Genova, la Presidente Roberta Pinotti e il Direttore Davide Livermore. Ha moderato

Andrea Ferro, giornalista di Radio24.

«Le nuove date riportano il Salone Nautico alla sua tradizione e i primi numeri ci dicono che la scelta è giusta: più barche, più espositori e ci aspettiamo più visitatori» dichiara il presidente della Regione Liguria Marco Bucci -. Ma quello che conta davvero è il business. La nautica deve continuare a crescere, perché significa lavoro, investimenti e sviluppo per tutta la Liguria. Noi su questo settore abbiamo sempre creduto e i risultati si vedono. Abbiamo eccellenze a Imperia, Savona, Genova e alla Spezia, con il Miglio Blu che è uno dei distretti più importanti al mondo per i grandi yacht. La Liguria deve continuare a essere protagonista e non deve avere paura di puntare in alto. Il Salone serve anche a questo: portare qui aziende, compratori, visitatori e creare economia sul territorio. Chi viene al Salone dorme nei nostri alberghi, va nei ristoranti, si muove in Liguria. Non è solo una manifestazione: è un motore economico. L'Italia è leader mondiale nella nautica e nelle grandi imbarcazioni siamo ai vertici assoluti. Dobbiamo però lavorare anche sulla nautica sotto i 24 metri, quella utilizzata dalla maggior parte delle persone. Più persone vanno per mare, più cresce il settore. Questa è la strada: aiutare chi investe, creare le condizioni per far crescere le imprese e continuare a portare risultati. I numeri dicono che sta funzionando e dobbiamo andare avanti».

«Il Salone Nautico è il più grande brand internazionale di Genova, che caratterizza la nostra città in tutto il mondo, e vogliamo accompagnarlo in una nuova stagione di crescita», afferma la sindaca Silvia Salis. «La nostra ambizione è renderlo il più importante appuntamento del settore al mondo. Il ritorno a ottobre è una scommessa che può essere vincente perché ci smarca dalla pressione dei saloni di Monaco e Cannes. È importante che tutta la città viva attorno al Salone in questi giorni, migliorare la sinergia tra la città e il Salone ed è il motivo per cui abbiamo puntato molto sull'organizzazione di un Fuori Salone in grado di coinvolgere diverse tipologie di pubblico. Dobbiamo riuscire ad attirare nuovo pubblico al Salone nautico, che magari sfrutta l'occasione di un evento del Fuori Salone per avvicinarsi a un mondo che prima non conosceva. E ringrazio Confindustria Nautica per aver pensato a un biglietto ridotto per gli over 35 il 2 ottobre, il giorno dello spettacolo della dj Novah, ma anche per aver allestito la nuova Blue Arena al Palasport, aperta gratuitamente a tutti». La sindaca aggiunge che «Genova deve diventare il teatro ideale del Salone, con spazi concepiti per valorizzarne pienamente il potenziale. I cambiamenti infrastrutturali dei prossimi anni renderanno la città più accessibile e competitiva e l'amministrazione continuerà a lavorare con una visione di lungo periodo, perché i risultati più importanti richiedono continuità e progettualità. Lo faremo insieme a Porto Antico, a Confindustria Nautica e a tutti coloro che operano ogni giorno in questo settore. Siamo al fianco del Salone Nautico e vogliamo costruire insieme un percorso solido e duraturo per il futuro della città».

«La Camera di Commercio conferma il proprio sostegno al Salone Nautico, con l'obiettivo di contribuire a farne sempre più un evento capace di coinvolgere e far vivere l'intera città», afferma Luigi Attanasio, Presidente della Camera di Commercio di Genova. Il Salone è il brand più importante di Genova e merita di respirare insieme alla città, attraverso un sistema di accoglienza e di iniziative che, con Comune, Regione e associazioni di categoria, accompagni la manifestazione anche al di fuori dei suoi spazi. Le categorie economiche si sono impegnate in questa direzione, con appuntamenti diffusi anche nel centro storico. C'è poi un tema che considero fondamentale: dare del Salone un'immagine sempre più giovane e avvicinare nuove generazioni al mare. Genova ha una cultura del mare profondamente radicata, che appartiene anche alla vita quotidiana delle persone,

e dobbiamo riuscire a trasmetterla ai giovani, mostrando loro le opportunità che il mare può offrire. In un Paese con migliaia di chilometri di coste, più persone riusciremo ad avvicinare alla nautica e alla cultura del mare, maggiore sarà il valore che sapremo generare per il territorio e per l'intero settore».

Tra i segnali più significativi dell'edizione 2026 si distingue il rafforzamento della presenza delle imbarcazioni di maggiori dimensioni: cresce l'occupazione della darsena Yacht & Superyacht, all'interno di un'offerta attraverso la quale il Salone rappresenta la leadership internazionale della cantieristica italiana nella fascia alta. In questo quadro nasce Living Made in Italy, la nuova area in banchina H sviluppata con il supporto di ICE Agenzia, con allestimenti, lounge e servizi di accoglienza dedicati alla valorizzazione della cantieristica nazionale oltre i 24 metri che vede il supporto dei partner Venini, Riflessi e Leonardo. Il progetto ha raccolto la partecipazione di superyacht nella fascia dai 35 ai 50 metri e arricchisce il racconto complessivo della cantieristica italiana attraverso il dialogo con altre espressioni del Made in Italy. Il ritorno del Salone nel mese di ottobre trova così una verifica concreta nel mercato, favorendo il ritorno dei grandi player e la presenza di imbarcazioni di dimensioni maggiori.

Nel nuovo Palasport debutta Blue Arena, novità assoluta in 66 edizioni del Salone, nata da un investimento di Confindustria Nautica e ICE Agenzia per avvicinare alla nautica da diporto un pubblico più ampio e trasformare curiosità e interesse in conoscenza, esperienza e opportunità. Lo spazio sarà aperto e accessibile al pubblico. Il progetto si articola nelle aree Start Boating, StartUp & Innovazione, Formazione e Professioni del Mare, Mondo Vela e Istituzioni militari del Mare. Start Boating offrirà un primo accesso concreto alla navigazione, affiancando alla conoscenza delle imbarcazioni con motorizzazioni fino a 25 CV la promozione della patente nautica D1, conseguibile già dai 16 anni. StartUp & Innovazione e Formazione e Professioni del Mare metteranno al centro nuove idee, competenze e opportunità professionali; Mondo Vela porterà nella Blue Arena, con la Federazione Italiana Vela, dalle derive alle espressioni più contemporanee del foiling. Saranno inoltre presenti con i loro simulatori Marina Militare, Capitaneria di Porto e Guardia Costiera e Guardia di Finanza. Nella stessa direzione si inserisce la conferma del biglietto Under 25 a tariffa agevolata.

Per un'industria fortemente orientata all'export, la dimensione internazionale resta una funzione centrale del Salone. Nel 2026 ICE Agenzia raddoppia il proprio impegno nel programma di incoming, portando da 70 a 180 i buyer esteri, tra acquirenti, importatori, distributori e concessionari, mentre operatori e media internazionali arriveranno complessivamente da 35 Paesi. L'1 e 2 ottobre tornano inoltre, per il secondo anno, i TechTrade Days: oltre 400 brand specializzati dell'accessoristica e della componentistica saranno protagonisti del format B2B che mette direttamente in relazione cantieri, progettisti, uffici tecnici, responsabili acquisti, produttori, distributori e fornitori. Oltre 4.000 professionisti del settore sono stati invitati a partecipare alle due giornate, tra responsabili acquisti di cantieri nazionali e internazionali, ship chandler, comandanti di superyacht, yacht manager, operatori del refit e della manutenzione, distributori e dealer. Il programma si arricchisce inoltre dei TECH SEMINARS, il nuovo progetto dedicato alla formazione e all'informazione tecnologica, ospitato nell'area dedicata del Padiglione Blu Superiore.

La dimensione industriale e istituzionale della manifestazione sarà al centro fin dalla cerimonia inaugurale di giovedì 1° ottobre, sulla Terrazza del Padiglione Blu. Dopo l'alzabandiera a cura

del Corpo delle Capitanerie di Porto e il defilamento di Nave Margottini della Marina Militare, i saluti istituzionali precederanno il talk "Industria, Innovazione, Istituzioni: le rotte comuni della nautica", con Emanuele Orsini, Presidente di Confindustria, e Piero Formenti, Presidente di Confindustria Nautica. Le conclusioni saranno affidate ad Adolfo Urso, Ministro delle Imprese e del Made in Italy, e Matteo Salvini, Vice Presidente del Consiglio dei Ministri e Ministro delle Infrastrutture e dei Trasporti. A seguire, alla presenza del Ministro Urso e del Sottosegretario di Stato con delega alla Filatelia Fausta Bergamotto, sarà emesso il francobollo della serie "Le Eccellenze del Sistema produttivo e del Made in Italy" dedicato al Salone Nautico Internazionale, un riconoscimento che inserisce la manifestazione nel racconto delle eccellenze produttive del Paese.

Rappresentare oggi un'industria significa avere la capacità di leggerne la complessità, interpretarne le trasformazioni e mettere in relazione tutti i fattori che ne determinano la competitività, ha dichiarato Marina Stella, Direttore Generale di Confindustria Nautica. "Questa la funzione che il Salone Nautico vuole svolgere e che nell'edizione 2026 si esprime attraverso linguaggi diversi, ciascuno capace di raccontare una dimensione del presente e del futuro della nautica. Il linguaggio dei numeri ci permette di leggere il mercato e orientare le scelte; quello dell'industria e delle istituzioni mette a confronto le esigenze delle imprese con le politiche necessarie a sostenerne la crescita; la dimensione internazionale apre nuove opportunità e consolida il posizionamento delle nostre aziende sui mercati. Innovazione e sostenibilità individuano nuovi fattori di competitività, mentre il dialogo con le nuove generazioni guarda alle competenze e ai talenti sui quali costruire il futuro della filiera. A questi si affiancano i linguaggi del progetto, del design e della cultura, che interpretano l'evoluzione della nautica e del nostro rapporto con il mare. La forza del Salone sta nel far dialogare tutte queste dimensioni all'interno di un'unica piattaforma, mettendo in relazione imprese, mercato, istituzioni, cultura e nuovi pubblici. Perché rappresentare un'industria non significa soltanto raccontarne la forza di oggi: significa saper leggere ciò che sta cambiando, anticipare le trasformazioni e contribuire a costruire le condizioni perché la leadership conquistata dalla nautica italiana possa continuare a svilupparsi nel futuro".

??

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Settembre 29, 2026

Autore

redazione