



Nautica: oltre 1.000 imbarcazioni e 45 Paesi, a Genova il 66° Salone Internazionale

Descrizione

(Adnkronos) - Oltre 1.000 imbarcazioni, 215 novità, 45 Paesi rappresentati da 5 continenti e un layout in acqua che cresce del 4%: il 66° Salone Nautico Internazionale, organizzato da Confindustria Nautica a Genova dall'1 al 6 ottobre, si presenta con numeri che confermano la capacità della manifestazione di rappresentare l'evoluzione del mercato e l'intera articolazione della nautica da diporto. Particolarmente significativo il rafforzamento della presenza delle imbarcazioni di maggiori dimensioni: cresce l'occupazione della darsena Yacht & Superyacht e la dimensione media delle tre unità maggiori di ogni segmento aumenta del 14,1% rispetto al 2025. In crescita anche il comparto dei multiscafi, con un incremento del 28% delle unità esposte. Segnali che assumono particolare rilievo nell'attuale scenario di mercato e che confermano la capacità del Salone di intercettare le dinamiche.

I numeri di questa edizione hanno un significato che va oltre il dato quantitativo, perché il Salone è espressione diretta del mercato e dell'industria che rappresenta. Parliamo di un'industria che ha raggiunto 8,6 miliardi di euro di fatturato, attiva oltre 13 miliardi di valore aggiunto e quasi 170.000 occupati, con circa il 90% della produzione destinata ai mercati esteri - ha dichiarato il presidente di Confindustria Nautica, Piero Formenti - La crescita del layout in acqua, l'aumento delle dimensioni delle imbarcazioni presenti e l'evoluzione dei diversi segmenti raccontano un settore che cambia e una manifestazione capace di cambiare insieme ad esso. È questa la forza di un Salone organizzato dall'Associazione nazionale di settore: ascoltare le imprese, interpretarne le esigenze e tradurle in un progetto che tiene insieme rappresentanza e mercato, visione industriale e proiezione internazionale.

I dati e i contenuti della 66ª edizione del Salone Nautico Internazionale sono stati presentati oggi a Milano, nella sede di Fondazione Edison, nel corso della conferenza stampa aperta dal saluto di Beatrice Biagetti, segretario generale di Fondazione Edison, e dall'intervento del presidente di Confindustria Nautica Piero Formenti. Sono intervenuti Marina Stella, direttore generale di Confindustria Nautica; Raffaello Napoleone, presidente IT-EX Italian Association of International Exhibitions; Alberto Racca, ceo Trussardi e Gruppo Miroglio; e Paolo Brescia, cofondatore Obr e presidente della Giuria del Design Innovation Award, moderati da Simone Spetia, giornalista di

Radio24. Gli interventi sono stati preceduti dai saluti istituzionali di Matteo Zoppas, presidente di Ice Agenzia; Marco Bucci, presidente della Regione Liguria; Silvia Salis, sindaca di Genova; e Matteo Paroli, presidente dell'Autorità di Sistema Portuale e Aeroporto di Genova.

Tra i segnali più significativi dell'edizione 2026 si distingue il rafforzamento della presenza delle imbarcazioni di maggiori dimensioni. 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. Il progetto ha raccolto la partecipazione al Salone di superyacht nella fascia dai 35 ai 50 metri. Il ritorno del Salone nel mese di ottobre trova così una verifica concreta nel mercato: la nuova collocazione favorisce il ritorno a Genova dei grandi player e la presenza di imbarcazioni di dimensioni maggiori. "Living Made in Italy" valorizza questa evoluzione attraverso un progetto dedicato a uno dei segmenti nei quali la cantieristica italiana esprime una leadership riconosciuta sui mercati mondiali.

Tra le principali novità dell'edizione figurano la prosecuzione dei lavori nell'area del Waterfront di Levante e il completo utilizzo del nuovo Palasport, mentre stanno andando avanti i lavori del nuovo albergo e della Fabbrica delle Idee. All'interno del Palasport, grazie a un investimento di Confindustria Nautica e Ice Agenzia, nasce Blue Arena, una novità assoluta in 66 edizioni di Salone, con l'obiettivo di avvicinare alla nautica da diporto un pubblico più ampio e trasformare curiosità e interesse in conoscenza, esperienza e opportunità.

Blue Arena rappresenta un importante investimento di risorse che abbiamo fortemente voluto per avvicinare nuovi pubblici alla nautica, a partire dai giovani, e mostrare non soltanto ciò che questo settore produce, ma anche le opportunità che può offrire. Ha aggiunto Piero Formenti: "È uno spazio aperto e accessibile gratuitamente, creando un nuovo abbraccio tra il Salone, la città e il pubblico. I suoi contenuti riprendono le Milestone del Piano per la nautica 2025-2029: formazione e professioni del mare, sostegno all'industria, innovazione e sostenibilità, cultura del mare, valorizzazione del Made in Italy".

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 e alla cultura del mare, affiancando alla possibilità di conoscere imbarcazioni con motorizzazioni fino a 25 CV la promozione della patente nautica D1, introdotta dal Ministro delle Infrastrutture e dei Trasporti su iniziativa di Confindustria Nautica e conseguibile già dai 16 anni. StartUp & Innovazione, in collaborazione con Ice Agenzia, e Formazione e Professioni del Mare in collaborazione con Università, PoliMI e Blue Skills Village, metteranno al centro nuove idee, competenze e opportunità professionali. A completare questo racconto "Mondo Vela", con la presenza della Federazione Italiana Vela e del proprio stand istituzionale, attraverso il quale la vela entra nella Blue Arena in alcune delle sue espressioni più rappresentative: dalla dimensione autentica e formativa delle derive fino alle frontiere più dinamiche e contemporanee del foiling. La Blue Arena

vedrà anche la presenza delle Istituzioni militari del Mare, con la presenza di Marina Militare, Capitaneria di Porto e Guardia Costiera e Guardia di Finanza, che coinvolgeranno il pubblico anche attraverso simulatori. Nella stessa direzione, ovvero avvicinare le nuove generazioni a una cultura capace di coniugare passione, competenze e futuro, si inserisce la conferma del biglietto Under 25 a tariffa agevolata.

Per un'industria fortemente orientata all'export, la capacità di costruire relazioni qualificate con i mercati internazionali costituisce una funzione centrale del Salone Nautico. Nell'edizione 2026 Ice Agenzia raddoppia il proprio impegno nel programma di incoming internazionale della manifestazione, sia sul fronte dei buyer sia su quello dei giornalisti esteri, con presenze provenienti da 35 Paesi. L'investimento amplia la partecipazione internazionale e, soprattutto, le occasioni di relazione tra le imprese, gli operatori, i media e i mercati esteri.

Quando si parla di nautica in Italia non si può non parlare del Salone Nautico, diventato un punto di riferimento internazionale ha dichiarato Matteo Zoppas, presidente di Ice Agenzia. Ma anche le manifestazioni consolidate devono continuare a evolvere, innovare e accrescere la propria attrattività, soprattutto in un contesto di forte competizione internazionale. È in questa direzione che abbiamo lavorato con Confindustria Nautica, rafforzando in modo significativo il nostro contributo al Salone. Quest'anno passiamo da 70 a 180 buyer esteri: non soltanto acquirenti di superyacht, ma importatori, distributori e concessionari, interlocutori fondamentali soprattutto per le piccole e medie imprese. A questo si aggiungono oltre 80 giornalisti contattati, il progetto dedicato alle Start-up e una campagna di comunicazione internazionale per rafforzare il posizionamento del Salone Nautico e del Made in Italy sui mercati esteri.

Per un'industria come la nostra, fortemente orientata all'export, la dimensione internazionale del Salone Nautico significa creare relazioni qualificate e opportunità concrete per le imprese ha affermato Marina Stella, direttore Generale di Confindustria Nautica. Il raddoppio dell'impegno di Ice Agenzia sul programma di incoming consente non soltanto di diversificare la partecipazione internazionale, ma rappresenta uno strumento efficace di qualificazione e consolidamento delle relazioni che il Salone è in grado di costruire per le nostre imprese in termini di posizionamento internazionale.

La capacità di generare relazioni e opportunità riguarda l'intera articolazione della filiera. È in questa prospettiva che tornano, per il secondo anno, i TechTrade Days, dedicati ai comparti dell'accessoristica e della componentistica nautica. Nelle giornate del 1 e 2 ottobre, oltre 400 brand specializzati saranno protagonisti di un format B2B pensato per mettere direttamente in relazione cantieri, progettisti, uffici tecnici, responsabili acquisti, produttori, distributori e fornitori. I TechTrade Days valorizzano così non soltanto il prodotto finito, ma l'intera catena di competenze, tecnologie e specializzazioni che contribuisce alla competitività dell'industria nautica da diporto.

Il programma di convegni Forum26 nasce dalla funzione di ascolto e di rappresentanza di Confindustria Nautica e porta all'interno del Salone Nautico le tematiche che incidono più direttamente sulla competitività delle nostre imprese. Il patrocinio della Commissione Europea conferma il valore economico e scientifico di un programma che mette in relazione industria, mercato e

istituzioni, approfondisce i temi che incidono sul presente delle aziende e anticipa le trasformazioni che determineranno il futuro del settore, tre direttrici attraverso cui Forum26 interpreta la funzione associativa del Salone Nautico – ha sottolineato Marina Stella. Il Salone Nautico – un progetto che in ogni edizione evolve e lascia un segno concreto alle imprese e al mercato perché nasce da un grande atto di responsabilità di Confindustria Nautica.

Il programma prende avvio già il 30 settembre con la presentazione de La Nautica in Cifre, l'analisi del mercato 2025 realizzata dall'Ufficio Studi di Confindustria Nautica con Fondazione Edison e Iulm Comar. Il 1° ottobre, il convegno inaugurale – Industria, Innovazione, Istituzioni: le rotte comuni della nautica – porterà al centro il rapporto tra sviluppo industriale, innovazione e decisori pubblici. La cerimonia inaugurale si concluderà con un momento di particolare valore istituzionale: alla presenza del ministro delle Imprese e del Made in Italy Adolfo Urso, sarà svelato il francobollo della serie tematica – 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.

L'innovazione trova una delle sue espressioni più autorevoli nella settima edizione del Design Innovation Award, il riconoscimento istituito nel 2020 da Confindustria Nautica e dal Salone Nautico Internazionale per valorizzare l'eccellenza progettuale e sostenere la cultura dell'innovazione nella nautica da diporto. In pochi anni, il Premio si è affermato come un osservatorio sull'evoluzione progettuale del settore, uno strumento per leggere attraverso design, tecnologia e sostenibilità alcune delle trasformazioni della nautica contemporanea. La Giuria internazionale sarà presieduta quest'anno dall'architetto Paolo Brescia, cofondatore di Obr – Open Building Research, figura che unisce cultura del progetto, innovazione e una profonda conoscenza del rapporto tra architettura, mare e territorio. In occasione della settima edizione sarà presentato il volume dedicato alle prime sei edizioni del Design Innovation Award: una rilettura, attraverso i progetti premiati, del percorso costruito dal Premio insieme all'industria e di sei anni di evoluzione del design e dell'innovazione nautica.

Paolo Brescia, presidente della Giuria del Design Innovation Award, ha dichiarato: – Il design sta vivendo un momento di profonda trasformazione e oggi porta con sé un forte senso di responsabilità. Con il Design Innovation Award vogliamo stimolare una riflessione su una transizione che non sia soltanto energetica, ambientale o digitale, ma anche culturale, spostando l'attenzione dai prodotti alle idee e ai processi che li rendono possibili. Perché quando parliamo di design nautico non parliamo soltanto di barche, ma della loro relazione con le persone, con l'ambiente che le ospita e con il mare. È un principio che ritrovo anche nella Casa della Vela, nata per creare un rapporto con il mare e restituire uno spazio alla dimensione pubblica: una piazza sul mare, aperta a 360 gradi, dalla quale vedere la città dal mare e il mare dalla città, uno spazio per tutti e capace, in occasione degli eventi, di trasformarsi in uno stadio delle regate.

I vincitori saranno proclamati venerdì 2 ottobre nel corso della serata dedicata al Design Innovation Award sulla Terrazza del Padiglione Blu. La cultura del progetto si accompagna nel 2026 a un rinnovato impegno del Salone sul fronte della cultura e dell'editoria, con un calendario di

presentazioni e incontri che offriranno al pubblico occasioni di confronto con autori e personalità di primo piano. Tra gli ospiti, grandi firme del giornalismo e della saggistica come Paolo Mieli e Antonio Caprarica. Nell'ambito della rassegna Incontri in Blu, organizzata dal Galata Museo del Mare, il Salone ospiterà inoltre l'incontro con Riccardo Bonadeo, Presidente di One Ocean Foundation, e Giulio Bertelli, Vicepresidente di Luna Rossa.

Anche lo sport sarà protagonista, con l'America's Cup in primo piano. Dopo la firma, lo scorso anno, del protocollo che vede Confindustria Nautica quale Strategic Marine Industry Advisory Partner della 38th Louis Vuitton America's Cup, prosegue il rapporto di collaborazione con gli organizzatori dell'evento. Un programma che amplia il rapporto della manifestazione con il pubblico e contribuisce a diffondere la cultura del mare attraverso linguaggi, esperienze e punti di vista molteplici.

Hanno scelto di affiancare la 66ª edizione del Salone Nautico Internazionale Alfa Romeo (Official Car), Eberhard & Co. (Official Timekeeper), Bper Banca (Welcome Partner), Slam (Official Clothing Partner), Andersen e Sara Assicurazioni (Sponsor), Trussardi (Lifestyle & Fashion Partner), Roche Bobois (Partner Tecnico) e Henoto (Sponsor Tecnico). A questi si affiancano le aziende che hanno scelto di accompagnare alcuni progetti speciali della manifestazione: Venini, Riflessi e Leonardo per la nuova area "Living Made in Italy", dedicata al segmento di fascia alta, e Freccianera Franciacorta per gli eventi serali del Salone.

Per Beatrice Biagetti, segretario generale di Fondazione Edison, "la collaborazione con Confindustria Nautica, avviata nel 2015, riveste una grande importanza per Fondazione Edison. La nautica è un comparto di grande rilevanza per il nostro Paese, uno dei pilastri importanti del Mediterraneo: è un settore ad alto valore aggiunto, fortemente collegato all'export, capace di rafforzare la competitività internazionale dell'Italia e tra quelli che hanno registrato i maggiori tassi di crescita nell'ultimo decennio. È quindi con particolare piacere che ospitiamo questo appuntamento, occasione di discussione e confronto su un settore strategico per il Paese".

"La nautica ha sottolineato Marco Bucci, presidente della Regione Liguria: "È uno dei grandi comparti strategici della Liguria e il Salone Nautico di Genova è una vetrina internazionale per le nostre imprese e per tutto il territorio. La crescita dell'esposizione e la fiducia confermata dalle aziende dimostrano quanto questa manifestazione sia importante per la Liguria e per l'intera industria nautica italiana. Negli ultimi anni abbiamo fatto passi avanti importanti, a partire dal nuovo Waterfront di Levante, che offre al Salone un luogo che non è secondo a nessuno, e che presto vedrà aggiungersi anche un albergo e la Fabbrica delle Idee, dedicata a piccole-medie imprese e startup dell'economia del mare. È il risultato di un lavoro più ampio sugli investimenti e sulle infrastrutture, dalla Diga di Genova al Terzo Valico, che rafforzano la competitività del territorio. Come Regione continueremo a lavorare insieme a Confindustria Nautica e alle altre istituzioni per consolidare il ruolo internazionale del Salone e far crescere un'economia del mare capace di generare sempre più sviluppo e occupazione per tutta la Liguria".

Per Silvia Salis, sindaca di Genova, "il Salone Nautico è parte integrante dell'identità di Genova e della sua vocazione marittima, il brand più grande della nostra città su scala nazionale e internazionale. È una manifestazione che racconta al mondo la forza della nautica italiana, ma anche una città che sul mare continua a costruire il proprio futuro. Come Comune ci stiamo impegnando proprio in questa direzione, dando vita alla Scuola delle Professioni del Mare e della Blue Economy, per

rafforzare il legame tra formazione, competenze e imprese e creare nuove opportunità di lavoro per i giovani o per chi deve reinventarsi una professione. Quest'anno il Salone si apre ancora di più alla città, con un Fuori Salone che porterà eventi e iniziative anche oltre gli spazi della manifestazione. Tra questi, un appuntamento speciale sarà quello con la dj Novah, una delle protagoniste del panorama internazionale della musica elettronica. Vogliamo che il Salone sia sempre più un appuntamento della città e per la città, capace di coinvolgere Genova e valorizzarne la vocazione marittima, guardando al futuro e alle nuove generazioni.

Il Salone Nautico Internazionale è un evento importante per il tessuto imprenditoriale, culturale e sociale del nostro territorio: il Salone Nautico d'Italia è uno dei più importanti appuntamenti che la nautica mondiale celebra ogni anno. Ha evidenziato Matteo Paroli, presidente dell'Autorità di Sistema Portuale e Aeroporto di Genova. Gli eventi che si svolgono nei porti possono avere una ricaduta sociale importante, produrre ricchezza sul territorio e dare lustro all'italianità nel mondo. Per questo l'Autorità di Sistema Portuale ha sempre assicurato il massimo sostegno al Salone, nella convinzione che la pubblica amministrazione debba essere al fianco delle imprese quando operano in sinergia con il territorio. E vogliamo fare ancora di più: nel nuovo Piano Regolatore di Sistema Portuale abbiamo individuato una prospettiva di ampliamento delle superfici destinate alla nautica, per dare maggiore spazio e capacità a un settore che rappresenta una delle eccellenze nazionali.

Secondo Raffaello Napoleone, presidente IT-EX Italian Association of International Exhibitions, il nostro Paese si è sempre rappresentato attraverso grandi appuntamenti collettivi: Genova per la nautica, Firenze e Milano per la moda, il sistema fieristico per altri comparti industriali. Attraverso queste piattaforme che un sistema industriale nel suo complesso riesce a rafforzare il proprio posizionamento e a rappresentarsi sui mercati internazionali, esprimendo creatività, tecnologia e leadership. In questo quadro è determinante il ruolo delle associazioni di settore: nessuna organizzazione può conoscere altrettanto bene le esigenze delle aziende e tradurle nella manifestazione fieristica. Le fiere, per, devono anche essere esperienze: devono rinnovarsi ogni anno e offrire qualcosa di nuovo, perché è sempre più attraverso la qualità dell'esperienza che si costruiscono attrattività e capacità di competere.

Tra Trussardi e il mondo della nautica ci sono affinità profonde, a partire dall'idea di bellezza. La bellezza non è creatività senza vincoli: nasce quando la creatività incontra la realtà. Ha detto Alberto Racca, ceo Trussardi e Gruppo Miroglio. Una barca è bella anche in virtù di ciò che fa, del movimento, di linee che non sono mai fini a se stesse. È un'idea molto vicina a quella di eleganza che appartiene a Trussardi: un'eleganza discreta, in movimento, che Nicola Trussardi identificò nel levriero, simbolo della Maison. È da questa affinità che parte la collaborazione con il Salone Nautico Internazionale: saremo presenti con Trussardi Casa negli spazi della VIP Lounge e negli uffici istituzionali, con una capsule collection dedicata al Salone e con la partecipazione ad alcuni eventi. Per noi è il punto di partenza di una collaborazione con un mondo che sentiamo profondamente affine a ciò che siamo e a ciò che vogliamo rappresentare.

??

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Settembre 15, 2026

Autore

redazione

default watermark