



Nautica, presentato calendario prossime manifestazioni patrocinate da Confindustria nautica

Descrizione

(Adnkronos) Fare rete tra i saloni nautici territoriali per sostenere la crescita della filiera, valorizzare i territori e creare nuove opportunità per imprese e operatori. È stato questo il focus della conferenza stampa che si è tenuta ieri nella quarta giornata del 66° Salone Nautico Internazionale durante la presentazione del calendario delle prossime manifestazioni nautiche patrocinate da Confindustria Nautica, che ha riunito i rappresentanti degli enti territoriali di Sicilia, Sardegna, Lazio, Campania, Puglia e Abruzzo. Marco Monsurrò, vicepresidente di Confindustria Nautica, ha introdotto il tema sottolineando il valore strategico dei saloni territoriali e la necessità di rafforzare la collaborazione: «I saloni territoriali hanno una rilevanza strategica per la nautica perché portano l'offerta ancora più vicina alla domanda e trasformano l'interesse in opportunità concrete di business. Con il Salone Nautico Internazionale a Genova come appuntamento di riferimento nazionale, vogliamo promuovere e sostenere una rete di saloni capaci di valorizzare i diversi territori».

Andrea Ciulla, presidente di Assonautica Palermo e vicepresidente di Assonautica Italiana, parlando di Seacily (Castellamare del Golfo 29 ottobre - 1° novembre 2026) e del rapporto tra Confindustria e manifestazioni territoriali, ha sottolineato il valore della collaborazione: «La sinergia tra Confindustria Nautica e i saloni territoriali è un valore aggiunto per la crescita della nautica». Ignazio Artese, presidente della Rete Nautica del Mediterraneo, ha posto l'accento su innovazione, formazione e territorio: «Il futuro della nautica passa da innovazione, formazione e territorio: i saloni devono essere luoghi di nuove opportunità». Angelo Colombo, General Manager del Sardinia Boat Show (Porto Vecchio Olbia 29 maggio - 6 giugno 2027), ha parlato del cambiamento di data della manifestazione e dell'obiettivo di rafforzarne la proiezione internazionale: «Vogliamo valorizzare le imprese sarde e portare la manifestazione sempre più verso il mondo». Luciano De Fermo, presidente del Consorzio Mare Lazio, illustrando l'evoluzione dei Boat Days (Civitavecchia 2 - 4 aprile e 9 - 11 aprile 2027), ha evidenziato l'importanza di avvicinare il salone alla città: «Portare il salone più vicino alla città significa rafforzare il rapporto con il territorio e coinvolgere un pubblico più ampio». Alessandro Lanzafranceschi, presidente di Nautica - Salone Nautico del Mediterraneo (Catania 12 - 14 e 19 - 21 marzo 2027), ha raccontato la crescita della manifestazione e la necessità di una collaborazione più continuativa: «Serve una rete concreta

durante tutto l'anno, capace di sostenere la crescita dei saloni territoriali.

E ancora, Gianluca Napoli, direttore commerciale di Marina d'Arechi, ha sottolineato il ruolo del Salerno Boat Show (Marina d'Arechi 6 - 11 novembre 2026) nell'avvicinare nuovi pubblici alla nautica: «Il Salerno Boat Show è cresciuto negli anni insieme alla sua community, con l'obiettivo di creare opportunità per le imprese e, allo stesso tempo, avvicinare sempre più persone alla nautica». Bruno Santori, direttore del Porto Turistico Marina di Pescara e vicepresidente vicario di Assonat-Confcommercio, ha parlato della specializzazione di Sottocosta Salone Nautico del Medio Adriatico (Pescara 23 - 24 - 25 aprile 2027) e del valore della rete: «Ogni salone può valorizzare il proprio mercato e contribuire, insieme agli altri, alla crescita della nautica italiana». Riccardo Verde, presidente della Sezione Nautica da Diporto dell'Unione Industriali Napoli, ha evidenziato il rapporto tra imprese e manifestazioni territoriali: «Le aziende vedono nei saloni un'opportunità e l'esperienza dei grandi appuntamenti può rafforzare i territori». Giuseppe Danese, presidente di Confindustria Brindisi e del Distretto Nautico della Puglia, ha infine richiamato l'importanza di una maggiore coordinazione tra le manifestazioni: «Fare sistema significa mettere insieme energie e competenze per rafforzare la nautica italiana». Dal confronto è arrivato un messaggio condiviso: la rete dei saloni non è una semplice somma di manifestazioni, ma uno strumento per rafforzare l'intera industria nautica italiana, favorendo collaborazione, internazionalizzazione, formazione e sviluppo dei territori.

Doppio evento velico ieri sulla terrazza del Padiglione Blu durante la quarta giornata del 66° Salone Nautico Internazionale a Genova. Un incontro dedicato alla 38° Louis Vuitton America's Cup, in programma l'anno prossimo a Napoli, che ha visto Marzio Perrelli, CEO di America's Cup Partnership, Marco Pozzi, capo della segreteria tecnica del Ministero per lo Sport e Marco Monsurrà, Vicepresidente di Confindustria Nautica con delega all'America's Cup fare il punto dopo il successo delle Preliminary Race corse dal 24 al 27 settembre a Napoli e in vista del rush finale che metterà a disposizione dei team gli spazi di Bagnoli. «Dopo le regate di Napoli ma già dopo le Preliminary di Cagliari a maggio le prospettive sono davvero eccellenti» ha sottolineato Marzio Perrelli, Chief Executive Officer dell'America's Cup Partnership. «La risposta del territorio e lo share televisivo hanno superato tutte le più rosee aspettative e credo che l'America's Cup 2027 sarà tra gli eventi sportivi più importanti a livello mondiale. Napoli aggiunge valore all'America's Cup e l'America's Cup aggiunge valore a Napoli. Due elementi che ritengo porteranno a un successo sicuro. Stiamo lavorando a una serie di iniziative nel periodo che da oggi porta alle prime regate di maggio 2027. Un periodo che sarà comunque segnato dall'arrivo dei team e dal varo delle loro barche. Per esempio, il team francese è già arrivato. Gli altri seguiranno prima del 22 maggio quando ci sarà la prima regata di flotta che vedrà impegnati per la prima volta nella storia i team di quattro vincitori dell'America's Cup».

«Le regate di Napoli sono state un grande successo» ha sottolineato Marco Pozzi. «Un esempio è quello che la Federazione Italiana Vela ha registrato +17% di tesserati in Campania in prevalenza sotto i 14 anni. E questo è uno dei valori per cui il governo investe nei grandi eventi sportivi. Il cronoprogramma varato dal commissario straordinario prevede la consegna delle piattaforme ai team entro un paio di mesi. Poi la realizzazione degli hangar dei singoli team dipenderà da loro. Comunque, entro gennaio saranno sicuramente tutti a Bagnoli». Quanto ai risvolti economici dell'America's Cup, Marco Pozzi ha comunicato come le stime, proprio dopo le regate a Napoli,

siano state aggiornate portando da 1,2 miliardi a 1,4-1,7 miliardi l'impatto economico generate dall'America's Cup 2027. Marco Monsurri ha infine fatto il punto sull'accordo siglato lo scorso anno tra Confindustria Nautica e America's Cup Events che mette a disposizione dei team un portale fornitori che rappresenta uno strumento operativo fondamentale per trasformare un grande evento sportivo in sviluppo industriale, occupazione e crescita tecnologica. Il 66esimo Salone Nautico Internazionale ha poi ospitato la premiazione dei vincitori della 38ª edizione della Millevele Iren, consueto appuntamento con lo sport della vela che si è svolto lo scorso 12 settembre. Organizzata dallo Yacht Club Italiano, la veleggiata che vede il Salone e Confindustria Nautica tra gli Enti Patrocinatori ha visto la partecipazione di 217 vele in mare. Alla premiazione, introdotta dal Presidente dello Yacht Club Italiano, Carlo Cameli ha preso parte, tra gli altri, anche il Presidente di Regione Liguria Marco Bucci e il Vicepresidente di Confindustria Nautica Fabio Planamente che ha consegnato il Premio Confindustria Nautica. «È sempre una grande soddisfazione vedere crescere la Millevele IREN nel palcoscenico del Salone Nautico, quest'anno accompagnati anche da condizioni meteo davvero straordinarie» ha sottolineato Planamente. La collaborazione tra Confindustria Nautica e lo Yacht Club Italiano «per noi motivo di orgoglio e rappresenta un percorso che vogliamo continuare a sviluppare insieme. L'augurio è quindi di ritrovarci nel 2027 con un'edizione ancora più ricca, proseguendo questo cammino di crescita comune».

Due progetti diversi, ma accomunati dal Mediterraneo e dallo stesso obiettivo: trasformare la navigazione in un'esperienza di sensibilizzazione, divulgazione e promozione dei valori del mare. È questo il messaggio emerso sul palco dell'Eberhard & Co. Theatre, nell'ambito della 66esima edizione del Salone Nautico Internazionale a Genova. Il primo è la Missione Naxos 2026, il raid nautico organizzato dal Club del Gommone in collaborazione con Suzuki, che attraverso il Mediterraneo ha toccato le rotte dell'antica Magna Grecia. A seguire, il Raid Mediterraneo in Rosa, il progetto promosso da Nuova Jolly Marine a sostegno dell'Associazione Lorenzo Perrone Ets attiva nel supporto gratuito ai pazienti oncologici e nelle attività di prevenzione. Sullo stesso palco poi seguita la presentazione del Raid Mediterraneo in Rosa. Il progetto arriva così alla terza edizione: nato nel 2022, sostiene l'Associazione Lorenzo Perrone Ets, impegnata nel supporto gratuito ai pazienti oncologici e nella prevenzione. Un percorso lungo le coste italiane all'insegna di numerose iniziative dedicate alla salute. Il viaggio ha preso il via il 13 giugno a Chioggia per culminare a Genova in occasione del Salone Nautico ed è stato accompagnato da un Nuova Jolly NJ 850 XL con fuoribordo Honda BF350, scelto per affidabilità e sicurezza nella navigazione costiera. A presentare il progetto è stato Antonio Aiello, direttore di produzione di Nuova Jolly Marine e ideatore, insieme a sua figlia Sara, del raid benefico al femminile. L'obiettivo dell'iniziativa è duplice: da un lato la raccolta fondi per sostenere le attività dell'associazione, dall'altro la diffusione di una cultura della prevenzione attraverso un percorso itinerante lungo le coste italiane, con il coinvolgimento di comunità locali, istituzioni e partner. Tra gli appuntamenti, visite senologiche gratuite a Potenza Picena e, a settembre, tappe a Latina e Roma-Ostia con controlli dermatologici e senologici. Per la madrina dell'iniziativa, la surfista e influencer Ludovica Robaudo, il team è stato capace di affrontare un mare non sempre nelle condizioni migliori: ma è proprio il mare ad insegnare che non possiamo controllare tutto. Si parte preparati, questo significa prevenzione. Ci vuole coraggio».

»

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Ottobre 5, 2026

Autore

redazione

default watermark