



Genova: ForumUCINA, "Trade & Internazionalizzazione, una chiave per uscire dalla crisi"

Sarà l'Africa la nuova Cina?

Genova, 5 ottobre 2013 - Si è tenuto ieri, nell'ambito degli appuntamenti ForumUCINA in programma nell'ambito del 53° Salone Nautico Internazionale di Genova, il convegno "Trade and Internationalisation: a key to save boating compagne from crisis?", appuntamento organizzato da UCINA Confindustria Nautica in collaborazione con EBI - European Boating Industry (la federazione europea del settore).

Focus del convegno è stata l'internazionalizzazione delle imprese del comparto nautico, elemento fondamentale per arginare la crisi del settore: scambi commerciali, export, nuovi mercati, strategie per il futuro sono state le tematiche su cui si sono confrontati esperti internazionali del settore.

Dopo una presentazione generale da parte di Mirna Cieniewicz, Segretario Generale di EBI, dei principali dossier attualmente seguiti dalla Federazione sui temi dell'internazionalizzazione, sia nell'ambito dell'Unione Europea, sia a livello internazionale, sono stati introdotti i due key speaker della giornata.

Mike Derrett, dell'omonima società di ricerche di mercato e di business studies nel campo nautico internazionale, è intervenuto sul tema "Overview of trade & export trends in the boating industry worldwide", con un'interessante panoramica dell'attuale situazione dei mercati stranieri, di cui ha presentato i punti di forza e di debolezza.

In particolare Derrett ha evidenziato come nel sud est asiatico, caratterizzato da un mercato in forte crescita dal 2008, si stia sviluppando un network di circa 100 marine con hub a Phuket, Langkawi, Penang e Singapore. Anche la Corea del Sud è un mercato in crescita grazie anche a un forte supporto governativo. Di contro il Giappone, il Paese asiatico con il mercato nautico più sviluppato, ha registrato una importante contrazione del parco nautico. Quanto alla Cina, considerata uno dei mercati in espansione più promettenti, persiste una diversa attitudine nei confronti delle imbarcazioni, considerate status symbol e spazi da vivere più in banchina che in navigazione. Nondimeno aumentano esponenzialmente i saloni nautici così come il numero dei produttori cinesi in grado di proporre un prodotto di discreta qualità a prezzi particolarmente competitivi, soprattutto nel segmento dei superyacht. In India infine, problemi politici e di morfologia delle coste, hanno frenato lo sviluppo delle marine e, di fatto, oggi ne esiste una sola operativa.

I paesi del Golfo - Bahrain, Kuwait, Oman, Qatar, Arabia Saudita ed Emirati Arabi -

rappresentano invece un mercato stabile, con buone possibilità di crescita anche grazie all'aumento delle marine, attualmente concentrate soprattutto in Kuwait. In quest'area aumenta anche il numero di saloni nautici, dedicati a barche sia nuove che usate.

Quanto al Sud America, si aprono interessanti prospettive in Argentina, Colombia, Messico, Venezuela e, naturalmente, Brasile, ad oggi il paese che vanta il mercato nautico più consistente, con oltre 70.000 imbarcazioni di piccola-media lunghezza e più di 3.000 superiori ai 13 metri. Da non trascurare, tuttavia, l'instabilità economica e politica dei paesi di quest'area che potrebbe rappresentare un freno per le potenzialità di crescita.

Per il futuro, Derrett identifica nell'Africa, e più in particolare in Nigeria, Tanzania, Kenya e Uganda - quest'ultima per via dell'importante presenza del Lago Vittoria - quella che lui stesso definisce "la nuova Cina". Da tener d'occhio anche alcuni paesi asiatici, quali Brunei, Cambogia, Vietnam, Myanmar e Sri Lanka.

Dopo l'intervento di Derrett è stata presentata l'esperienza pratica di un'azienda tedesca giovane e dinamica, Torqeedo, che ha fin da subito puntato sull'internazionalizzazione come elemento vincente per promuovere un prodotto innovativo come il motore fuoribordo elettrico. Christoph Ballin, CEO della società, ha esposto le strategie con cui è riuscito a portare i prodotti della Torqeedo in breve tempo sui mercati dei cinque continenti.

Dopo un breve dibattito con il pubblico, ha concluso la giornata Riccardo Monti, Presidente di ICE, l'Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, che ha illustrato gli elementi imprescindibili per sviluppare l'internazionalizzazione delle imprese italiane, con particolare attenzione alle esigenze delle PMI, agevolando e promuovendo i rapporti economici e commerciali italiani con l'estero.

http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=Gkn-ja9jSek