



Nel 2015 cresce il mercato nautico mondiale. Presentato a Cannes il 1° studio della Deloitte e Altagamma per NAUTICA ITALIANA

Vale 19 miliardi di euro il mercato mondiale della nautica di nuove imbarcazioni stimato da Deloitte e Altagamma per il 2015, con circa 800 mila unità vendute, in crescita sul 2014. L'order book 2016 dei Superyacht è stimato in 295 unità per un valore di 8,7 miliardi di euro. L'Italia si conferma il secondo produttore nautico al mondo dopo gli USA e il primo nel settore dei Superyacht. La sfida per l'industria è operare su molti più mercati e conquistare i consumatori più alti.

Cannes, 7 settembre 2016 – Secondo la stima di Deloitte e Fondazione Altagamma per il 2015 vale 19 miliardi di euro il mercato mondiale della nautica di nuove imbarcazioni, registrando un +12% rispetto al 2014 (17 miliardi di euro). Sono circa 800 mila le nuove unità vendute, rispetto alle 700 mila del 2014, con una crescita del 14%.

Per quanto riguarda il segmento dei Superyacht, imbarcazioni oltre i 30 metri di lunghezza, l'order book 2016 stimato da Deloitte, escludendo gli ordini "on hold" e "ghost", consta di 295 unità – di cui il 44% sono nuovi ordini – con un valore complessivo di 8,7 miliardi di euro.

14 miliardi di euro è la stima del mercato dell'usato e 1 miliardo è il valore globale dei settori Refit&Repairs e del Superyachts Charter calcolato da Deloitte sulla base dei dati 2014 dei principali operatori globali.

Sono questi i primi dati di consistenza del mercato mondiale della nautica da diporto elaborati da Deloitte con Altagamma nel "numero zero" dello studio "Market Insight of the international Recreational Boating Industry", presentato oggi nell'ambito del Yachting Festival di Cannes da NAUTICA ITALIANA, l'associazione che riunisce l'eccellenze dell'industria del comparto.

*"Con la presentazione di oggi parte ufficialmente un importante progetto di NAUTICA ITALIANA, uno dei primi su cui abbiamo investito con convinzione e che nei prossimi anni troverà dimensione e sviluppo definitivo – ha dichiarato **Lamberto Tacoli**, Presidente di NAUTICA ITALIANA -. Il valore di questo studio non è solo nella metodologia innovativa che Deloitte ha messo a punto e applicato, ma anche nell'apporto di Fondazione Altagamma che arricchisce l'interpretazione dei dati con la grande esperienza di analisi delle tendenze nel settore dei beni di lusso su scala internazionale. L'eccellenza della produzione nautica italiana quale ambasciatrice del*

Made in Italy nel mondo rende infatti la nostra associazione naturalmente affine ad Altagamma, e questo progetto di studio del mercato ne è tangibile conferma.”

Lo Studio si pone l'obiettivo finale di analizzare i principali trend del mercato della nautica da diporto su scala mondiale, con una segmentazione verticale dei principali settori di produzione e di business dell'industria.

“Questo è il numero zero di uno studio che vorremmo arricchire annualmente. Oggi siamo partiti dai principali indicatori del mercato delle imbarcazioni, con un focus sulle unità da diporto, sui superyacht e sui segmenti ausiliari/secondari del Refit&Repair e del Charter. Già dalla prossima edizione vorremmo analizzare l'impatto occupazionale ed economico che l'industria nautica genera nei territori. Perché l'industria nautica è un grande motore non solo di piaceri individuali ma di benessere collettivo” afferma **Luca Petroni**, Chairman di Deloitte Financial Advisory Italy, che ha condotto lo studio.

L'Italia conferma la sua leadership in valore nel settore delle nuove costruzioni: prima produttrice globale di imbarcazioni a livello europeo con un valore della produzione 2014 di 1,7 miliardi di euro pari a 10% del valore globale, superando UK (6,9%), Olanda (6,5%), Germania (6,4%), Francia (5,7%). A livello mondiale l'Italia è seconda dopo gli USA (43%).

*“Il mercato della nautica da diporto - nota **Tommaso Nastasi**, Yachting Industry Expert di Deloitte Financial Advisory Italy - dopo il crollo degli ultimi anni, sta attraversando una fase di recupero importante. La sfida per gli operatori è quella di ampliare il bacino geografico della clientela finale”.*

L'analisi della penetrazione della nautica da diporto a livello di aree geografiche e la distribuzione della ricchezza della popolazione mondiale concludono lo Studio, con l'obiettivo di individuare le aree di sviluppo del settore nautico. Infatti la penetrazione del mercato dei Superyacht è stimata solo al 2,5% presso i segmenti più ricchi della popolazione mondiale che assomma a 15,4 milioni di persone e che registra un tasso di crescita composto medio annuo del 7,5% dal 2009 al 2015.

“L'opportunità - ma anche l'imperativo categorico - è conquistare la clientela più sofisticata ed abbiente, che continua a crescere del 7,5% all'anno nel mondo intero. Come sta facendo l'industria del lusso nel suo complesso”, conclude **Armando Branchini**, Vice Chairman di Fondazione Altagamma.